

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **2.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

Klasifikasi UMKM telah diatur oleh Pemerintah Indonesia dalam PP No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Suatu usaha dapat dikelompokkan melalui penggunaan dua kriteria, yaitu kriteria modal usaha dan penjualan tahunan. Kriteria modal usaha ditetapkan sebagai berikut:

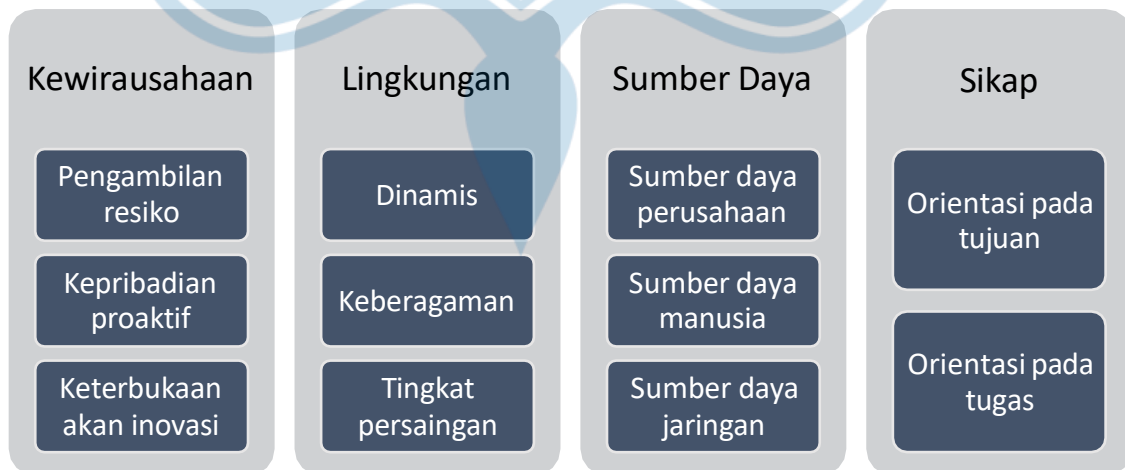
1. Usaha Mikro paling banyak memiliki modal usaha senilai Rp1.000.000.000,- (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
2. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,- (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,- (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
3. Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,- (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,- (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Adapun kriteria penjualan tahunan ditetapkan sebagai berikut:

1. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak sebesar Rp2.000.000.000,- (dua miliar rupiah);

2. Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,- (dua miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp15.000.000.000,- (lima belas miliar rupiah);
3. Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,- (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,- (lima puluh miliar rupiah).

UMKM memiliki karakteristik pertumbuhan yang berbeda dibandingkan dengan perusahaan besar (Le, 2009). Hafiz et al. (2022) secara umum menyebutkan bahwa terdapat tiga atribut utama yang mendasari pertumbuhan UMKM, yaitu atribut organisasional, atribut lingkungan dan atribut individual. Ketiga atribut ini menggambarkan dinamika internal dan eksternal yang mempengaruhi performa UMKM secara keseluruhan. Wiklund et al. (2009) mencoba menjabarkan atribut tersebut dalam empat variabel penentu kemajuan UMKM sebagaimana dipaparkan dalam Gambar 2.1 berikut:



**Gambar 2.1 Variabel Penentu Kemajuan UMKM (Wiklund et al., 2009).**

Gambar 2.1 memberikan pandangan bahwa kemajuan UMKM tidak hanya ditentukan dari niat pelaku usaha itu sendiri, namun juga ditentukan dari aspek-aspek lain seperti ketersediaan sumber daya dan lingkungan dimana UMKM dijalankan. Dalam banyak kasus, seringkali keterbatasan sumber daya dan kondisi lingkungan yang kurang mendukung menjadi hambatan utama UMKM dalam memajukan usahanya. Temouri et al. (2022) mengungkapkan bahwa ketidakpastian lingkungan usaha membuat UMKM berfokus pada pengembangan sumber daya internal mereka, dengan fokus untuk mempersiapkan diri menghadapi ketidakpastian lingkungan tersebut. Hafiz et al. (2022) turut mengemukakan pendekatan kapabilitas dinamis (*dynamic capability theory*) yang menyebutkan bahwa kemajuan UMKM di era modern ditentukan oleh bagaimana UMKM dapat memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki untuk menangkap peluang, menganalisa dan mengatasi situasi eksternal, serta menentukan arah dalam menghadapi ketidakpastian bisnis. Teece (2017) menjelaskan bahwa kapabilitas dinamis dapat diukur melalui tiga kemampuan utama:

1. Kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan peluang dari perubahan kebutuhan konsumen;
2. Kemampuan untuk mengalokasikan sumber daya secara tepat guna untuk mengeksplorasi peluang dan menciptakan nilai;
3. Kemampuan untuk mengembangkan dan menciptakan nilai tambah secara konsisten di pasar.

Wieczorek & Mitreęa (2017) turut menyebutkan bahwa faktor penting dalam mengembangkan pertumbuhan UMKM adalah karakteristik organisasi dan individu

yang ada di dalamnya, seperti kemampuan mereka untuk beradaptasi dan terus belajar, motivasi yang berasal dari dorongan internal, kemampuan bekerja secara kolaboratif dalam tim, kelincuhan dalam menghadapi situasi, serta tingkat toleransi yang tinggi terhadap perubahan dan ketidakpastian. Hal ini dapat dijelaskan lewat pendekatan pimpinan puncak (*upper-echelon*), dimana Hooi et al. (2016) mengemukakan bahwa orientasi kewirausahaan yang ada dalam diri para wirausahawan dapat menjelaskan mengapa beberapa perusahaan mampu mencapai keunggulan kompetitif yang signifikan dan pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Kemampuan teknis pimpinan puncak seperti pengalaman bisnis, kepemimpinan dan literasi keuangan bermanfaat untuk mengelola pertumbuhan secara efektif (Ying et al., 2019). Yussof et al. (2018) menjabarkan lebih lanjut bahwa arah pertumbuhan UMKM turut dipengaruhi oleh persepsi manajemen puncak dan bagaimana manajemen puncak menyikapi hambatan. LeCounte (2020) turut menambahkan bahwa faktor demografis dan psikografis manajemen puncak, seperti usia, pengalaman profesional, serta status pendidikan dan ekonomi, memainkan peran signifikan dalam membentuk perilaku kompetitif perusahaan.

## **2.2 Peraturan Perpajakan Yang Berlaku Terkait Pajak Penghasilan**

### **2.2.1 PP No. 55 Tahun 2022**

Peraturan terbaru mengenai pajak penghasilan diatur dalam PP No. 55 Tahun 2022 yang menjadi penyesuaian peraturan kebijakan pajak penghasilan yang bersifat komprehensif dan konsolidatif pasca diterbitkannya UU No. 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Pasal 2 mengatur bahwa objek PPh adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apapun. Adapun ketentuan mengenai Wajib Pajak UMKM diatur dalam Bab X PP No. 55 Tahun 2022 (pajak penghasilan atas penghasilan dari usaha yang memiliki peredaran bruto tertentu). Beberapa ketentuan yang diatur dalam PP No. 55 Tahun 2022 mengenai Wajib Pajak UMKM adalah:

1. Pasal 56 Ayat 2 menyatakan bahwa tarif PPh yang bersifat final sebesar 0,5%;
2. Pasal 57 Ayat 1 menyatakan bahwa Wajib Pajak yang dikenai PPh bersifat final merupakan Wajib Pajak Orang Pribadi dan Wajib Pajak badan berbentuk koperasi, persekutuan komanditer, firma, perseroan terbatas, atau badan usaha milik desa/badan usaha milik desa bersama yang memperoleh penghasilan bruto tidak melebihi Rp4.800.000.000,- (empat miliar delapan ratus juta rupiah) dalam 1 (satu) tahun pajak;

3. Pasal 60 Ayat 2 menyatakan bahwa peredaran bruto sampai dengan Rp500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) dalam satu tahun pajak yang dimiliki Wajib Pajak Orang Pribadi yang memiliki peredaran bruto tertentu tidak dikenakan PPh;
4. Pasal 58 Ayat 1 membahas lebih lanjut mengenai peredaran bruto, bahwasanya peredaran bruto yang dimaksud ditentukan berdasarkan keseluruhan peredaran bruto dari usaha, termasuk peredaran dari cabang;
5. Pasal 61 Adapun jika peredaran bruto Wajib Pajak telah melebihi Rp4.800.000.000,- (empat miliar delapan ratus juta rupiah) dalam Tahun Pajak berjalan, maka tetap dikenakan tarif Pajak Penghasilan 0,5% sampai dengan akhir Tahun Pajak berjalan.
6. Setelah masa PPh final berakhir, maka Wajib Pajak wajib melakukan pembukuan.

Peraturan PPh final memiliki jangka waktu tertentu sebagaimana diatur dalam Pasal 59 Ayat 1 dengan ketentuan sebagai berikut:

1. 7 (tujuh) Tahun Pajak bagi Wajib Pajak orang pribadi;
2. 4 (empat) Tahun Pajak bagi Wajib Pajak badan berbentuk koperasi, persekutuan komanditer, firma, badan usaha milik desa/ atau perserban perorangan yang didirikan oleh 1 (satu) orang; dan
3. 3 (tiga) Tahun Pajak bagi Wajib Pajak badan berbentuk perseroan terbatas.

Setelah jangka waktu penggunaan PPh final selesai, selanjutnya Wajib Pajak akan dikenakan tarif pajak sesuai dengan Pasal 17 UU Pajak Penghasilan yang

diamandemen melalui UU No. 7 Tahun 2021, dimana peraturan mengenai tarif pajak PPh diatur dalam Pasal 17 Ayat 1. Wajib Pajak badan dalam negeri dan bentuk usaha tetap dikenakan PPh sebesar 22% (dua puluh dua persen) yang mulai berlaku pada tahun pajak 2022. Selanjutnya, ketentuan untuk Wajib Pajak Orang Pribadi dirangkum dalam Tabel 2.1 sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Tarif PPh Wajib Pajak Orang Pribadi Berdasarkan UU PPh**

<b>Lapisan Penghasilan Kena Pajak</b>	<b>Tarif PPh</b>
sampai dengan Rp60.000.000,- (enam puluh juta rupiah)	5% (lima persen)
di atas Rp60.000.000,- (enam puluh juta rupiah) sampai dengan Rp250.000.000,- (dua ratus lima puluh juta rupiah)	15% (lima belas persen)
di atas Rp250.000.000,- (dua ratus lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp500.000.000,- (lima ratus juta rupiah)	25% (dua puluh lima persen)
di atas Rp500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp5.000.000.000,- (lima miliar rupiah)	30% (tiga puluh persen)
di atas Rp5.000.000.000,- (lima miliar rupiah)	35% (tiga puluh lima persen)

*Sumber: UU No. 7 Tahun 2021*

Selanjutnya, Pasal 31E Ayat 1 UU PPh turut mengatur bahwa Wajib Pajak badan dalam negeri yang memiliki peredaran bruto hingga Rp50.000.000.000,- (lima puluh miliar rupiah) mendapatkan fasilitas berupa pengurangan tarif sebesar 50% dari tarif yang diatur pada Pasal 17 Ayat 1 huruf b, yang dikenakan atas penghasilan kena pajak dari peredaran bruto sampai dengan Rp4.800.000.000,- (empat miliar delapan ratus juta rupiah). Adapun untuk Wajib Pajak Orang Pribadi, dapat pula memilih untuk

menggunakan Norma Penghitungan Penghasilan Neto (NPPN) untuk menghitung pajaknya dengan syarat memiliki peredaran bruto kurang dari Rp4.800.000.000,- (empat miliar delapan ratus juta rupiah) per tahunnya (apabila melebihi angka tersebut wajib melaksanakan pembukuan) dan memberitahukan mengenai penggunaan NPPN kepada Direktur Jenderal Pajak paling lama 3 (tiga) bulan sejak awal Tahun Pajak yang bersangkutan. Adapun besaran presentase norma ditentukan dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER 17/PJ/2015.

### **2.2.2 Perbedaan PP No. 55 Tahun 2022 dan PP No. 23 Tahun 2018**

Pada bulan Desember 2022, pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah terbaru, yaitu PP No. 55 Tahun 2022. Peraturan ini merupakan peraturan pelaksana dari Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). Selain itu, PP No. 55 Tahun 2022 mengatur ketentuan mengenai pajak penghasilan atas penghasilan dari usaha dengan peredaran bruto tertentu yang sebelumnya diatur dalam PP No. 23 Tahun 2018.

PP No. 55 Tahun 2022 tetap mempertahankan tarif pajak penghasilan final sebesar 0,5% untuk usaha dengan peredaran bruto tertentu. Namun, Pasal 60 ayat 2 dari peraturan tersebut menyatakan bahwa Wajib Pajak orang pribadi yang memiliki peredaran bruto hingga Rp500.000.000,- dalam satu tahun pajak tidak dikenakan PPh final sebesar 0,5%. Selain itu, peraturan ini juga memperluas cakupan subjek pajak yang dapat memanfaatkan ketentuan PPh final 0,5%, yaitu termasuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)/Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDesma) serta



perseroan perorangan yang didirikan oleh satu orang. Secara umum, terdapat perbedaan signifikan antara PP No. 23 Tahun 2018 dan PP No. 55 Tahun 2022. Beberapa perubahan tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut.

**Tabel 2.2 Perbedaan Utama PPh UMKM di PP No. 23/2018 dan PP No. 55/2022**

Aspek	PP No.23/2018	PP No. 55/2022
Subjek Hukum	Objek Pajak Pribadi atau Badan dengan peredaran usaha di bawah 4,8 miliar rupiah dalam satu tahun	Objek Pajak Pribadi atau Badan dengan peredaran usaha di bawah 4,8 miliar rupiah dalam satu tahun, kecuali wajib pajak yang dikecualikan dalam Pasal 56
Objek Pajak	Peredaran usaha orang pribadi atau badan di bawah 4,8 miliar setahun, tidak termasuk penghasilan dari usaha yang dikenai PPh final yang diatur dalam Pasal 2 ayat 3 dan 4 PP No. 23 Tahun 2018	Peredaran usaha orang pribadi atau badan di bawah 4,8 miliar setahun, tidak termasuk penghasilan dari usaha yang dikenai PPh final yang diatur dalam Pasal 56 ayat 3 dan 4 PP No. 55 Tahun 2022
Jangka Waktu	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) 7 (tujuh) Tahun Pajak bagi Wajib Pajak orang pribadi;</li> <li>b) 4 (empat) Tahun Pajak bagi Wajib Pajak badan berbentuk Badan Usaha CV, firma, koperasi, persekutuan</li> <li>c) 3 (tiga) Tahun Pajak bagi Wajib Pajak badan berbentuk Badan Hukum Perseroan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>d) 7 (tujuh) Tahun Pajak bagi Wajib Pajak orang pribadi;</li> <li>e) 4 (empat) Tahun Pajak bagi Wajib Pajak badan berbentuk Badan Usaha CV, firma, koperasi, persekutuan badan usaha milik desa/ atau perseroan perorangan yang didirikan oleh 1 (satu) orang; dan</li> <li>f) 3 (tiga) Tahun Pajak bagi Wajib Pajak badan berbentuk Badan Hukum Perseroan</li> </ul>
Tarif	0,5%	PTKP untuk Peredaran Usaha sampai dengan 500 juta rupiah per tahun

		0,5% untuk penghasilan di atas 500 juta rupiah per tahun
--	--	--

*Sumber: Data Sekunder Diolah (2024)*

### **2.3 Sosialisasi**

Sosialisasi perpajakan merupakan salah satu langkah yang perlu diambil oleh pemerintah untuk memberikan informasi kepada wajib pajak tentang peraturan perpajakan tertentu. Dengan demikian, wajib pajak, baik individu maupun badan, dapat memahami peraturan tersebut dan meningkatkan kepatuhan mereka terhadap kewajiban perpajakan (Andrew & Sari, 2021). Dalam peraturan perundang-undangan, sosialisasi atau penyuluhan didefinisikan oleh Direktorat Jendral Pajak (2013) dalam Peraturan Direktorat Jendral Pajak No. Per-03/PJ/2013 sebagai suatu upaya atau proses memberikan informasi perpajakan pada masyarakat, dunia, dan lembaga baik lembaga pemerintahan atau non-pemerintahan. Handayani & Tambun (2016) menjelaskan dengan lebih spesifik bahwa sosialisasi perpajakan merupakan upaya yang dilakukan Dirjen Pajak untuk memberikan pengetahuan bagi masyarakat, khususnya yang termasuk dalam golongan Wajib Pajak, agar mendapatkan pengetahuan mengenai perpajakan baik peraturan dan tata cara perpajakan melalui metode-metode yang tepat. Indikator mengenai sosialisasi perpajakan dirumuskan oleh Direktorat Jendral Pajak dalam Surat Edaran Dirjen Pajak No. SE-22/PJ/2007 yaitu:

1. Media Informasi, yaitu media massa yang memuat sosialisasi mengenai pajak seperti televisi, koran, spanduk, poster, baliho, atau radio;
2. Slogan, yang menekankan pada manfaat pajak yang diperoleh;

3. Cara Penyampaian, yang sebaiknya dilakukan melalui interaksi langsung dengan masyarakat dan menggunakan bahasa yang sederhana;
4. Kualitas Sumber Informasi, dimana sumber informasi dapat dinilai berkualitas dan informatif apabila dapat dijangkau dan dipahami dengan mudah oleh masyarakat;
5. Materi Sosialisasi, dimana materi yang disampaikan berfokus pada manfaat pajak, manfaat NPWP, dan layanan perpajakan di masing-masing unit;
6. Kegiatan Penyuluhan, dimana kegiatan dapat dinilai baik apabila menjawab pertanyaan perpajakan masyarakat secara langsung dan solutif.

Sosialisasi perpajakan pada prinsipnya dilakukan melalui berbagai macam medium guna memudahkan untuk dijangkau oleh wajib pajak. Pada prinsipnya, informasi utama yang disampaikan dalam sosialisasi pajak adalah kesadaran dan pemahaman akan pajak (Hidayah, 2022). Barlian (2021) mengemukakan bahwa terdapat beberapa cara dalam melakukan sosialisasi pajak, yaitu:

1. Publikasi melalui penyebaran informasi melalui berbagai media komunikasi, baik media cetak maupun media audio-visual;
2. Penyelenggaraan berbagai aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap perpajakan;
3. Pemberitaan merujuk pada penyebaran informasi melalui media massa dalam bentuk berita yang positif;

4. Keterlibatan komunitas merupakan upaya untuk memperkuat hubungan antara institusi pajak dan masyarakat, di mana masyarakat dapat berinteraksi secara langsung dengan pihak otoritas pajak;
5. Pencantuman identitas merujuk pada penggunaan logo atau identitas otoritas pajak di berbagai media;
6. Pendekatan pribadi dilakukan secara informal melalui interaksi langsung, untuk mendekatkan institusi pajak dengan masyarakat.

Sosialisasi pajak memiliki tantangan besar dalam tiga hal utama, yaitu tingkat literasi pajak yang rendah, distribusi informasi yang tidak merata, dan kurangnya kepercayaan pada pemerintah (Sari, 2022). Guna meningkatkan manfaat sosialisasi pajak, diperlukan pendekatan partisipatif yang turut melibatkan wajib pajak. Pendekatan ini melibatkan partisipasi aktif wajib pajak melalui forum diskusi, seminar, atau lokakarya, di mana wajib pajak tidak hanya menerima informasi, tetapi juga dapat berinteraksi dan mengajukan pertanyaan terkait kewajiban perpajakan mereka.

#### **2.4 Pemahaman Wajib Pajak**

Wajib pajak akan terdorong untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya apabila memiliki pengetahuan dan pemahaman akan peraturan perpajakan (Susanti et al., 2017). Secara definitif, Mardiasmo (2018) menjelaskan bahwa pemahaman wajib pajak adalah kedalaman pengetahuan wajib pajak terhadap sistem pungutan pajak yang berlaku di Indonesia beserta peraturan perpajakan yang berlaku. Secara umum, wajib

pajak dapat dikatakan memiliki pemahaman yang baik apabila memiliki pengetahuan dan kesadaran akan kewajibannya dalam perpajakan.

Pengetahuan tentang perpajakan adalah pengetahuan dasar bagi wajib pajak mengenai undang-undang, tata cara perpajakan yang benar, dan peraturan-peraturan yang ada. Dengan pemahaman tersebut, wajib pajak akan lebih taat dan patuh dalam menjalankan kewajiban perpajakannya (Yulia et al., 2020). Pengetahuan perpajakan ini mencakup informasi yang dapat digunakan oleh wajib pajak sebagai dasar untuk mengambil tindakan, membuat keputusan, serta menentukan arah atau strategi yang berkaitan dengan pelaksanaan hak dan kewajiban perpajakannya (Atarwaman, 2020).

Anggarini dan Pravitasari (2022) menjelaskan bahwa kesadaran wajib pajak adalah kondisi di mana wajib pajak memahami dan mengetahui masalah perpajakan, termasuk hak dan kewajibannya. Kristina dan Janrosi (2022) menyatakan bahwa ketika wajib pajak memiliki kesadaran akan pentingnya membayar pajak, maka kepatuhan mereka akan terpenuhi. Kesadaran wajib pajak tentang pentingnya membayar pajak untuk kebaikan bangsa dapat meningkatkan kepatuhan mereka untuk membayar pajak dengan benar, lengkap, dan tepat waktu (Febriany, 2020). Kesadaran ini dapat ditingkatkan melalui pemahaman wajib pajak terhadap peraturan perundang-undangan pajak, termasuk prosedur perpajakan yang membantu mereka mengetahui cara memenuhi kewajiban perpajakannya.

Pemahaman perpajakan yang memadai akan meningkatkan kesadaran dan kesediaan wajib pajak untuk secara sukarela melaksanakan kewajiban mereka. Ketika wajib pajak memiliki informasi yang cukup tentang regulasi perpajakan, risiko

ketidakpatuhan cenderung menurun, dan potensi pelanggaran hukum dapat diminimalisasi (Puspitasari & Budiman, 2020). Yulia (2020) menyebutkan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat pemahaman wajib pajak adalah:

1. Tingkat pendidikan individu, dimana wajib pajak yang memiliki latar belakang pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih mudah memahami regulasi pajak yang kompleks.
2. Sosialisasi perpajakan yang efektif dari otoritas pajak, baik melalui media massa maupun kampanye edukatif, secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan pemahaman wajib pajak
3. Wajib pajak yang secara rutin melaksanakan kewajiban perpajakan akan memiliki pemahaman yang lebih baik, terutama dalam hal prosedur administrasi dan perhitungan pajak.

## **2.5 Tingkat Pendapatan**

Pendapatan wajib pajak merujuk pada penghasilan yang diterima oleh wajib pajak dari aktivitas bekerja, yang umumnya diterima dalam bentuk gaji pada akhir bulan. Pendapatan ini berfungsi sebagai peningkatan kekayaan atau aset yang diperoleh, baik dari dalam maupun luar negeri, yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Tingkat kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh pendapatan yang bersumber dari dalam diri individu wajib pajak, karena pembayaran pajak harus dilakukan sesuai dengan kapasitas finansial seseorang. Dalam konteks perpajakan, tingkat pendapatan mempengaruhi besaran pajak yang harus dibayar dan sering

digunakan sebagai indikator untuk menentukan klasifikasi wajib pajak dalam sistem perpajakan (OECD, 2019).

Mardiana et al. (2016) mengemukakan bahwa kapasitas finansial seseorang dapat diukur berdasarkan besaran penghasilan dengan mempertimbangkan jumlah pengeluaran atau belanja individu tersebut. Pajak memiliki hubungan yang sangat erat dengan hal ini. Wajib pajak dapat memenuhi kewajiban perpajakannya dengan menyisihkan sebagian dari pendapatan yang diperolehnya. Jika wajib pajak memiliki pendapatan yang memadai atau bahkan surplus, maka mereka tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan hidupnya tetapi juga mampu melaksanakan kewajiban perpajakannya (Amran, 2018).

Ramadhan et al. (2024) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa proyeksi pendapatan suatu usaha yang dipersepsikan oleh manajemen akan turut mempengaruhi perencanaan pajak dan tingkat kepatuhan pajak usaha tersebut. Secara mendasar, sentimen akan proyeksi pendapatan akan berbanding lurus dengan niat untuk melaksanakan kewajiban pajak. Apabila proyeksi pendapatan tidak menentu atau menunjukkan penurunan, manajemen mungkin menghadapi ketidakpastian yang dapat mempengaruhi kepatuhan pajak. Secara spesifik, Proyeksi pendapatan dapat mempengaruhi strategi kepatuhan pajak. Sebagai contoh, jika pendapatan diperkirakan meningkat, usaha mungkin akan melakukan investasi besar atau mengambil langkah-langkah yang dapat mengubah posisi pajak mereka. Hal ini dapat mencakup penyesuaian dalam pengeluaran yang dapat dikurangkan atau perubahan dalam struktur organisasi untuk memanfaatkan peraturan pajak dengan lebih baik.

## 2.6 Kesiapan Wajib Pajak

Kesiapan dapat diartikan sebagai sudah bersedianya seseorang untuk melakukan suatu hal tertentu. Dalam konteks kesiapan Wajib Pajak, Kesiapan wajib pajak mengacu pada tingkat kesediaan, kemampuan, dan pemahaman wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku (Mertawan & Derma, 2021). Rachmawati et al. (2018) mengklasifikasikan kesiapan ke dalam delapan kriteria, yaitu:

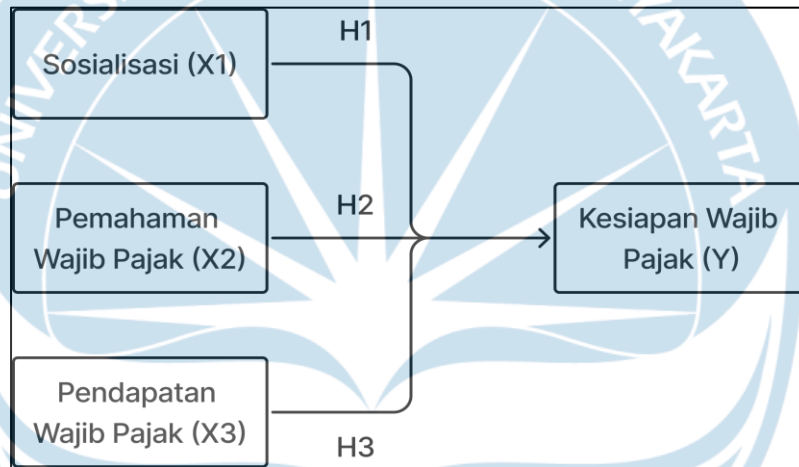
1. Kesiapan Psikologis, yang mengacu pada kondisi mental dan pandangan individu terhadap perubahan atau implementasi program baru;
2. Kesiapan Sosial, yang mengacu pada kondisi individu akan dinamika interpersonal dan sosial dalam lingkungan tempat program akan diterapkan;
3. Kesiapan Lingkungan, yang mengacu pada kekuatan dan pengaruh pemangku kepentingan baik di dalam maupun di luar organisasi;
4. Kesiapan Sumber Daya Manusia, yang mengacu pada ketersediaan dan kesiapan sumber daya manusia yang akan terlibat dalam implementasi;
5. Kesiapan Finansial, yang mengacu pada ketersediaan dan alokasi anggaran;
6. Kesiapan Teknologi, yang mengacu pada ketersediaan teknologi sekaligus kemampuan untuk menggunakan teknologi tersebut;
7. Kesiapan Peralatan, yang mengacu pada ketersediaan peralatan yang diperlukan untuk melakukan implementasi;



8. Kesiapan Konten, yang mengacu pada kesiapan konten dan target yang akan dicapai oleh program.

## 2.7 Kerangka Penelitian

Penelitian ini memiliki tiga variabel independen (X) yaitu sosialisasi (X1), kesiapan wajib pajak (X2) dan pendapatan wajib pajak (X3) serta satu variabel dependen yaitu kesiapan wajib pajak (Y). Model penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Model Penelitian**

Model dalam Gambar 2.1 memiliki tiga hipotesis sebagai berikut:

**H1: Sosialisasi Berpengaruh Positif Pada Kesiapan Wajib Pajak UMKM Atas Berlakunya PP No. 55 Tahun 2022**

**H2: Pemahaman Wajib Pajak Berpengaruh Positif Pada Kesiapan Wajib Pajak UMKM Atas Berlakunya PP No. 55 Tahun 2022**

**H3: Pendapatan Wajib Pajak Berpengaruh Positif Pada Kesiapan Wajib Pajak UMKM Atas Berlakunya PP No. 55 Tahun 2022**

## **2.8 Pengembangan Hipotesis**

### **2.8.1 Pengaruh Sosialisasi Terhadap Kesiapan Wajib Pajak UMKM Atas**

#### **Berlakunya PP No. 55 Tahun 2022**

Sosialisasi merupakan proses penyampaian informasi, yang bertujuan untuk memperkenalkan, menjelaskan, dan menanamkan pengetahuan terkait kebijakan baru. Menurut teori komunikasi organisasi, sosialisasi yang efektif dapat meningkatkan pemahaman dan penerimaan wajib pajak terhadap peraturan baru. Dalam konteks perpajakan, sosialisasi merupakan salah satu instrumen penting bagi pemerintah untuk mengedukasi wajib pajak terkait perubahan kebijakan. Handayani & Tambun (2016) menjelaskan dengan lebih spesifik bahwa sosialisasi perpajakan merupakan tanggung jawab Dirjen Pajak, dimana Dirjen Pajak untuk memberikan pengetahuan bagi golongan Wajib Pajak mengenai pengetahuan mengenai perpajakan baik peraturan dan tata cara perpajakan melalui metode-metode yang tepat.

Sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah melalui berbagai media, seperti seminar, pelatihan, media sosial, dan kampanye publik, diharapkan dapat memperkuat pemahaman wajib pajak UMKM. Sehingga, wajib pajak dapat memahami peraturan perpajakan yang mana dapat meningkatkan kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan mereka (Andrew & Sari, 2021). Dalam konteks UMKM sendiri, pajak seringkali dianggap sebagai sesuatu yang sulit dipahami oleh pengusaha UMKM terutama pengusaha skala mikro yang menjalankan usaha secara mandiri dan memiliki sumber daya yang terbatas (Yulia et al., 2020). Paparan ini diperkuat oleh Khoiroh (2017) yang

menyatakan bahwa salah satu alasan terbesar pelaku UMKM tidak melaksanakan kewajibannya adalah ketidaktahuan akan bagaimana menunaikan kewajiban tersebut.

Berdasarkan paparan yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi mempengaruhi bagaimana kesiapan wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakan yang tertera dalam undang-undang. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian dari Christian (2020) serta Maxuel dan Primastiwi (2021) menyatakan bahwa pelaku UMKM cenderung lebih siap menghadapi perubahan peraturan pajak jika mereka mendapatkan sosialisasi yang memadai, dan pada akhirnya dapat menunaikan kewajiban tersebut. Sehingga, hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

**H1: Sosialisasi Berpengaruh Positif Pada Kesiapan Wajib Pajak UMKM Atas Berlakunya PP No. 55 Tahun 2022**

### **2.8.2 Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak terhadap Kesiapan Wajib Pajak UMKM Atas Berlakunya PP No. 55 Tahun 2022**

Pemahaman wajib pajak didefinisikan sebagai tingkat kesadaran, pengetahuan, dan wawasan yang dimiliki wajib pajak tentang aturan perpajakan. Secara mendasar, pemahaman perpajakan mencakup informasi yang dapat dimanfaatkan oleh wajib pajak sebagai landasan untuk bertindak, mengambil keputusan, dan menetapkan strategi terkait pelaksanaan hak dan kewajiban perpajakan mereka (Atarwaman, 2020). Lebih lanjut lagi, potensi pelanggaran hukum dan pajak dapat diminimalisir apabila wajib pajak memahami informasi regulasi perpajakan secara lengkap, sehingga ketidakpatuhan pajak dapat diminimalisir.

Pelaku usaha UMKM secara umum seringkali tidak memiliki pemahaman yang memadai tentang bagaimana cara menunaikan kewajiban pajak mereka (Nandini et al., 2023). Pada praktiknya, kekurangan pemahaman akan pajak akan turut mengurangi kesiapan wajib pajak itu sendiri – terutama saat ada perubahan peraturan perundang-undangan pajak. Hal ini disebutkan pula dalam penelitian Sari et al. (2022) dimana penelitian menjelaskan bahwa bagaimana wajib pajak mempersiapkan diri untuk memenuhi kewajiban pajak dilandasi oleh pemahaman akan substansi aturan mengenai pajak terkait. Sehingga, hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

**H2: Pemahaman Wajib Pajak Berpengaruh Positif Pada Kesiapan Wajib Pajak UMKM Atas Berlakunya PP No. 55 Tahun 2022**

### **2.8.3 Pengaruh Pendapatan Wajib Pajak Pada Kesiapan Wajib Pajak UMKM Atas Berlakunya PP No. 55 Tahun 2022**

Pendapatan berperan dalam menentukan jumlah pajak yang harus dibayarkan dan sering dijadikan sebagai indikator untuk mengelompokkan wajib pajak dalam sistem perpajakan (OECD, 2019). Dari kacamata pelaku usaha, pendapatan merefleksikan kapasitas finansial pelaku usaha, dimana refleksi didapatkan dari jumlah penghasilan, jumlah pengeluaran atau belanja individu tersebut (Mardiana, 2016). Semakin besar pendapatan yang diperoleh pelaku usaha, maka pada umumnya semakin besar pula pajak yang harus mereka bayarkan.

Wajib pajak dapat memenuhi kewajiban perpajakannya dengan menyisihkan sebagian dari pendapatan yang diperoleh. Jika pendapatan wajib pajak mencukupi atau bahkan lebih dari cukup, mereka tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga dapat melaksanakan kewajiban perpajakan mereka (Amran, 2018). Lebih lanjut lagi, jumlah pendapatan secara langsung akan memengaruhi alokasi sumber daya mereka – terutama sumber daya yang digunakan dalam rangka menunaikan kewajiban perpajakan.

Dalam konteks perpajakan, UMKM dengan pendapatan yang lebih besar biasanya memiliki manajemen keuangan yang lebih baik dan mampu mengalokasikan sumber daya untuk memahami serta mematuhi kebijakan perpajakan baru. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Torgler (2007) yang menunjukkan bahwa entitas dengan pendapatan yang lebih tinggi lebih siap menghadapi perubahan kebijakan perpajakan karena mereka memiliki kemampuan finansial dan administratif yang memadai. Dengan demikian, diasumsikan bahwa semakin tinggi pendapatan wajib pajak UMKM, semakin besar kesiapan mereka dalam menghadapi pemberlakuan PP No. 55 Tahun 2022. Sehingga, hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

**H3: Pendapatan Wajib Pajak Berpengaruh Positif Pada Kesiapan Wajib Pajak UMKM Atas Berlakunya PP No. 55 Tahun 2022**