

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

Kajian pustaka menjelaskan beberapa teori, hasil penelitian terdahulu dan publikasi umum yang relevan dan berhubungan dengan variabel-variabel penelitian. Adapun kajian pustaka yang dikemukakan sebagai berikut:

##### **2.1.1 Penerapan *E-Filling***

###### **2.1.1.1 Pengertian *E-Filling***

Definisi *e-Filling* menurut Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-1/PJ/2014, yaitu:

“*e-Filling* adalah metode penyampaian Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) secara elektronik yang dilakukan secara online dan real time melalui website resmi Direktorat Jenderal Pajak atau melalui Penyedia Jasa Aplikasi (*Application Service Provider/ASP*). Sistem ini memudahkan wajib pajak dalam melaporkan kewajiban perpajakan secara cepat, akurat, dan praktis tanpa harus datang langsung ke kantor pajak (Kusumowardhani, 2021)”.

Menurut Rahayu (2020:160); mendefinisikan bahwa *e-Filling* merupakan salah satu aplikasi yang dikembangkan DJP dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan kepada Wajib Pajak dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi. Aplikasi *e-Filling* adalah aplikasi *online* yang digunakan Wajib Pajak dalam menyampaikan elektronik SPT (*e-SPT*) ke DJP melalui *website* resmi DJP, dengan

registrasi terlebih dahulu untuk mendapatkan *eFIN*. Karena melalui sistem *online* sehingga bersifat *real time* bagi DJP sebagai destinasi informasi.

Menurut Mulya et al. (2023:11), mendefinisikan bahwa sistem *e-Filling* merupakan metode pencatatan dan pelaporan pajak menggunakan teknologi elektronik yang memungkinkan wajib pajak melaporkan dan membayar pajak melalui internet. Sistem ini dirancang untuk memudahkan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan dengan cara yang praktis, mengurangi risiko kesalahan, serta menekan biaya administrasi yang biasanya timbul dari proses manual.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *e-Filling* merupakan inovasi pelaporan pajak secara elektronik yang memudahkan wajib pajak dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) secara *online*, *real time*, dan efisien, sehingga menghemat waktu, biaya, serta mengurangi risiko kesalahan administrasi.

#### **2.1.1.2 Manfaat *E-Filling***

Menurut Irsan Lubis & Suryani (2021:3), manfaat dari penggunaan *e-Filling* adalah:

1. Mempermudah proses perekaman data SPT di dalam basis data Direktorat Jenderal Pajak.
2. Mengurangi pertemuan langsung Wajib Pajak dengan petugas pajak.
3. Mengurangi dampak antrean dan volume pekerjaan proses penerimaan SPT.
4. Mengurangi jumlah berkas fisik/kertas dokumen perpajakan.

Melalui aplikasi *e-Filling*, WP menerima bukti pelaporan pajak yang sah dari Direktorat Jenderal Pajak, yaitu Bukti Penerimaan Elektronik (BPE).

#### **2.1.1.3 Tujuan *E-Filling***

Berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pajak No. PER-1/PJ/2014, *e-Filling* memiliki beberapa tujuan utama, yaitu:

1. Mewujudkan transparansi dan pemberantasan praktik korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN) dalam sistem perpajakan.
2. Memudahkan wajib pajak, terutama yang sudah menggunakan sistem *e-Filling*, sehingga tidak perlu lagi datang ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP) untuk menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT), sehingga proses penyampaian menjadi lebih cepat dan mudah.
3. Memberikan kepastian kepada wajib pajak bahwa Surat Pemberitahuan (SPT) yang disampaikan telah diterima oleh Direktorat Jenderal Pajak dengan aman dan tepat waktu.

#### **2.1.1.4 Prosedur Penggunaan Sistem *E-Filling***

Berikut ini cara menggunakan *e-Filling* untuk melaporkan SPT, sebagai berikut:

1. Wajib pajak menyiapkan dokumen pendukung yang diperlukan seperti bukti potong pajak, daftar penghasilan, daftar harta dan utang, bukti pembayaran zakat/sumbangan lain, dan dokumen terkait lainnya.

2. Lalu buka situs [djponline.pajak.go.id](http://djponline.pajak.go.id), lalu masukan NPWP dan *password*, setelah itu klik "Log-in".
3. Lalu pilih layanan *e-Filling* dan pilih "Buat SPT".
4. Wajib pajak ikuti panduan yang diberikan oleh sistem, termasuk yang berbentuk pertanyaan. Isilah SPT mengikuti panduan yang ada pada sistem.
5. Jika SPT sudah berhasil dibuat, maka sistem akan memunculkan tampilan ringkasan SPT. Untuk dapat mengirim SPT tersebut, maka ambil kode verifikasi terlebih dahulu. Kode verifikasi akan dikirimkan melalui *email* wajib pajak.
6. Masukkan kode verifikasi dan klik "kirim SPT".
7. Jika belum ingin mengirim SPT, wajib pajak cukup klik "selesai" dan SPT akan tersimpan untuk dapat dilihat dan diedit kembali di menu "Submit SPT".

#### **2.1.1.5 Indikator Penerapan *E-Filling***

Menurut Deva & Triyono (2021) efektivitas dan efisiensi penggunaan dari *e-Filling* dapat ditentukan sebagai berikut:

1. Kecepatan pelaporan SPT: Memungkinkan wajib pajak menyampaikan laporan dengan cepat secara online.
2. Lebih hemat: Mengurangi biaya dan waktu dibandingkan pelaporan manual.
3. Penghitungan lebih cepat: Mempercepat proses perhitungan pajak secara otomatis.
4. Kemudahan pengisian SPT: Formulir yang mudah diisi dan dipahami oleh wajib pajak.

5. Kelengkapan data pengisian SPT: Memastikan data yang dimasukkan lengkap dan sesuai ketentuan.
6. Lebih ramah lingkungan: Mengurangi penggunaan kertas dan dampak lingkungan.
7. Tidak merepotkan: Proses yang sederhana dan mudah dijalankan oleh wajib pajak.

## **2.1.2 Kualitas Pelayanan Fiskus**

### **2.1.2.1 Pengertian Kualiatas Pelayanan Fiskus**

Pelayanan fiskus adalah segala bentuk layanan yang diberikan oleh aparat pemungut pajak kepada wajib pajak dengan tujuan memudahkan, menghormati, dan menghargai kontribusi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan sehingga dapat meningkatkan kepatuhan dan rasa tanggung jawab wajib pajak dalam membayar pajak (Suleman, 2022).

Menurut Rahayu (2020:165), mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan fiskus adalah:

“... pelayanan yang diberikan DJP kepada wajib pajak dalam memberikan kepuasan bagi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pembayaran pajak maupun pelaporan pajak”.

Kualitas pelayanan fiskus adalah tingkat kemampuan aparat pemungut pajak dalam memberikan layanan yang sopan, ramah, tanggap, cermat, dan cepat kepada wajib pajak, sehingga memudahkan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Kualitas pelayanan fiskus yang baik adalah kunci untuk

meningkatkan kepatuhan wajib pajak, mengurangi ketidakpatuhan, dan mencapai tujuan fiskal yang lebih efisien. Dengan perbaikan berkelanjutan, otoritas pajak dapat lebih memenuhi harapan dan kebutuhan wajib pajak, terutama di era perkembangan teknologi yang pesat. Pelayanan pajak yang baik, termasuk penyediaan informasi yang jelas, panduan, dan bantuan kepada wajib pajak, dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang kewajiban pajak. Wajib pajak yang merasa diperlakukan dengan baik dan mendapatkan bantuan memadai cenderung lebih puas dan lebih bersedia memenuhi kewajibannya (Amytha et al., 2023).

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan fiskus merupakan bentuk layanan yang diberikan oleh aparat pajak kepada wajib pajak guna mempermudah dan menghargai peran mereka dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Kualitas pelayanan fiskus yang baik, ditandai dengan sikap sopan, ramah, cepat, tanggap, dan akurat, sangat penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

#### **2.1.2.2 Faktor-faktor Kualitas Pelayanan**

Menurut Berry et al. dalam Kotler & Keller (2016:441), menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Mendengarkan keinginan konsumen (*listening*)

Penyedia layanan harus memahami apa yang benar-benar diinginkan oleh konsumen melalui pembelajaran berkelanjutan tentang harapan dan persepsi

konsumen loyal maupun konsumen potensial, misalnya adalah melalui sistem informasi berkualitas layanan.

2. Keandalan (*reability*)

Keandalan merupakan dimensi terpenting dari kualitas layanan dan harus menjadi prioritas layanan.

3. Layanan dasar (*basic service*)

Perusahaan jasa harus memberikan dasar-dasar dan melakukan apa yang seharusnya mereka lakukan, menepati janji, menggunakan akal sehat, mendengarkan konsumen, terus memberikan informasi kepada pelanggan dan bertekad untuk memberikan nilai kepada konsumen.

4. Model layanan (*service design*)

Penyedia layanan harus mengambil pandangan menyeluruh tentang layanan sambil mengelola banyak detailnya.

5. Pemulihan (*recovery*)

Untuk memuaskan konsumen yang mengalami masalah layanan, perusahaan layanan harus mendorong konsumen untuk mengeluh dan membuatnya mudah bagi mereka untuk melakukannya, merespon dengan cepat dan pribadi dan mengembangkan sistem penyelesaian masalah.

6. Mengejutkan konsumen (*suprising customers*)

Meskipun keandalan merupakan dimensi paling penting dalam memenuhi harapan layanan konsumen, dimensi proses seperti jaminan, daya tanggap dan empati paling penting dalam melampaui harapan konsumen, misalnya dengan

mengejutkan mereka dengan kecepatan, kesopanan, kompetensi, komitmen dan pemahaman yang tidak biasa.

7. Permainan yang adil (*fair play*)

Perusahaan jasa harus melakukan upaya khusus untuk bersikap adil dan untuk menunjukkan keadilan kepada pelanggan dan karyawan.

8. Kerja tim (*teamwork*)

Kerja tim merupakan apa yang memungkinkan perusahaan besar untuk memberikan layanan dan perhatian dengan meningkatkan motivasi dan kemampuan karyawan.

9. Penelitian karyawan (*employee research*)

Pemasar harus melakukan penelitian dengan karyawan untuk mengungkapkan mengapa masalah layanan terjadi dan apa yang harus dilakukan perusahaan untuk menyelesaikan masalah.

10. Kepemimpinan yang melayani (*servant leadership*)

Layanan berkualitas berasal dari kepemimpinan yang diilhami diseluruh organisasi, dari desain sistem layanan yang sangat baik, dari efek penggunaan informasi dan teknologi dan dari kekuatan internal yang lambat berubah, tidak terlihat, serba kuat yang disebut budaya perusahaan.

### 2.1.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan Fiskus

Untuk menilai kualitas pelayanan tersebut, terdapat beberapa indikator utama yang menjadi tolok ukur efektivitas dan profesionalisme aparat pemungut pajak dalam melayani masyarakat. Menurut Suleman (2022:41), menyatakan indikator-indikator ini mencakup sebagai berikut:

1. *Tangibles* (Bukti Langsung): Mengacu pada seluruh bentuk penampilan fisik dari pelayanan, termasuk fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi yang digunakan dalam memberikan layanan kepada wajib pajak.
2. *Reliability* (Keandalan): Kemampuan kantor pelayanan pajak untuk memberikan pelayanan secara akurat dan dapat dipercaya sesuai dengan janji yang telah diberikan kepada wajib pajak.
3. *Responsiveness* (Ketanggapan): Kesiapan dan kesigapan staf kantor pelayanan pajak dalam merespon permintaan atau kebutuhan wajib pajak, serta memberikan pelayanan yang baik dan tepat waktu.
4. *Assurance* (Jaminan): Jaminan berupa pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan petugas pajak untuk memberikan rasa percaya kepada wajib pajak. Ini mencakup komunikasi yang efektif, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sikap sopan santun.
5. *Empathy* (Empati) : Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual kepada wajib pajak, berusaha memahami dan memenuhi keinginan serta kebutuhan khusus mereka.

### **2.1.3 Kepatuhan Wajib Pajak UKM**

#### **2.1.3.1 Pengertian Kepatuhan Wajib Pajak**

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan (KUP) Pasal 1 ayat 2, Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan, termasuk pembayar, pemotong, dan pemungut pajak, yang memiliki hak dan kewajiban perpajakan sesuai ketentuan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.

Kepatuhan wajib pajak adalah tingkat ketaatan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai peraturan yang berlaku. Kepatuhan ini diukur dari kesungguhan wajib pajak dalam membayar dan melaporkan pajaknya secara benar dan tepat waktu. Kepatuhan sukarela (*voluntary compliance*) adalah fondasi dari sistem *self assessment*, di mana wajib pajak secara mandiri menetapkan, membayar, dan melaporkan pajak secara akurat dan tepat waktu. Keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000 menegaskan bahwa kepatuhan wajib pajak adalah tindakan memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di suatu negara (Liberty et al., 2023).

Kepatuhan wajib pajak sangat penting untuk menjaga stabilitas fiskal negara dan memastikan distribusi beban pajak yang adil di masyarakat. Rendahnya kepatuhan pajak berdampak negatif pada keuangan negara dan kesejahteraan masyarakat, sehingga banyak negara berupaya meningkatkan kepatuhan melalui penegakan hukum dan penyuluhan perpajakan. Menurut James & Alley (dalam Hikmah et al., 2024), kepatuhan pajak adalah sejauh mana wajib pajak mematuhi

undang-undang perpajakan di suatu yurisdiksi, yang meliputi kepatuhan pembayaran, pengarsipan, dan pelaporan. Menurut Mustikasari (dalam Hikmah et al., 2024) mendefinisikan kepatuhan pajak sebagai ketaatan wajib pajak terhadap peraturan perpajakan, termasuk penyerahan SPT, pembayaran, dan pelaporan. Damayanti et al. (dalam Hikmah et al., 2024) menekankan bahwa kepatuhan pajak adalah pemenuhan fungsi menghitung, membayar, dan melaporkan pajak dengan benar.

Sedangkan menurut Keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000 dalam Sony Devano dan Siti Kurnia Rahayu menyatakan bahwa:

“...kepatuhan perpajakan adalah tindakan Wajib Pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku dalam suatu Negara”.

Secara keseluruhan, kepatuhan wajib pajak dapat disimpulkan sebagai ketaatan penuh wajib pajak dalam melaksanakan seluruh kewajiban perpajakan, yaitu menghitung, membayar, melaporkan, dan memenuhi peraturan perpajakan yang berlaku secara akurat dan tepat waktu demi terciptanya sistem perpajakan yang adil dan berkelanjutan.

### **2.1.3.2 Pengertian Wajib Pajak Usaha Kecil dan Menengah (UKM)**

Wajib Pajak (WP) Usaha Kecil, dan Menengah (UKM) adalah salah satu kelompok Wajib Pajak yang diberikan fasilitas berupa kemudahan dalam pemenuhan hak dan kewajiban perpajakannya.

Tarif Pajak Penghasilan (PPh) dalam UKM yang dikenakan telah mengalami penyesuaian untuk mendorong kepatuhan dan memberikan kemudahan administrasi. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 yang diperbarui Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022, wajib pajak dengan peredaran bruto tertentu (tidak melebihi Rp4,8 miliar per tahun) dikenakan tarif PPh final sebesar 0,5% dari omzet. Tarif ini berlaku untuk Wajib Pajak Orang Pribadi maupun Badan tertentu selama jangka waktu tertentu, yaitu selama 7 tahun bagi WP Orang Pribadi; 4 tahun bagi WP Badan berbentuk koperasi, persekutuan komanditer (CV), atau firma; dan 3 tahun bagi WP Badan berbentuk perseroan terbatas (PT). Ketentuan ini bertujuan untuk menyederhanakan pelaporan dan perhitungan pajak, sekaligus memberikan ruang bagi UKM untuk tumbuh sebelum dikenakan pajak berdasarkan sistem pembukuan yang lebih kompleks. Penyesuaian tarif ini diharapkan dapat mendorong lebih banyak pelaku UKM untuk masuk dalam sistem perpajakan formal secara sukarela

### **2.1.3.3 Faktor-faktor Kepatuhan Wajib Pajak**

Menurut Rahayu (2017:196-198), beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak, diantaranya ialah:

1. Kondisi sistem administrasi perpajakan suatu Negara.

Sistem administrasi yang efektif, efisien, dan didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten akan meningkatkan kepercayaan Wajib Pajak.

2. Kualitas pelayanan perpajakan yang diberikan kepada Wajib Pajak.

Pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional dari petugas pajak membuat wajib pajak merasa dihargai dan didampingi. Sehingga Wajib Pajak rela untuk membayar pajak kepada Negara, tanpa mengharapkan kontraprestasi secara langsung.

3. Kualitas penegakan hukum perpajakan.

Ketegasan dalam pemeriksaan, sanksi, dan tindakan hukum atas pelanggaran menjadi alat pencegah bagi wajib pajak yang berniat menghindar. Kepastian bahwa pelanggaran akan ditindak tegas menumbuhkan budaya disiplin dalam memenuhi kewajiban pajak.

4. Kualitas pemeriksaan pajak.

Kualitas pemeriksaan pajak ditentukan dengan kompetensi pemeriksa, keahlian pemeriksa, independensi pemeriksa, maupun integritas pemeriksa yang baik. Pemeriksaan dikatakan berkualitas ketika setiap tahapan pemeriksaan dilakukan sesuai prosedur, sehingga menghasilkan ketetapan pajak yang berkualitas. Ketetapan pajak yang berkualitas tentunya keetapan yang diterima dengan baik oleh Wajib Pajak.

5. Tinggi rendahnya tarif pajak yang ditetapkan.

Tarif yang terlalu tinggi dapat memicu keinginan untuk menghindari pajak, sementara tarif yang wajar mendorong kepatuhan. Pemerintah perlu menetapkan tarif yang adil dan proposional agar tidak memberatkan, namun tetap memenuhi target penerimaan Negara.

#### 6. Kemauan dan kesadaran Wajib Pajak.

Kemauan dan kesadaran Wajib Pajak akan memberikan pemahaman tentang arti, dan tujuan pembayaran pajak yang diberikan kepada Negara. Sehingga jika kemauan dan kesadaran Wajib Pajak tinggi akan memberikan dampak kepada Negara.

#### 7. Perilaku Wajib Pajak

Hanya sedikit saja dari rakyat suatu Negara yang merasa benar-benar rela dan merasa ikut bertanggung jawab membiayai fungsi pemerintahan suatu Negara. Kecenderungan Wajib Pajak untuk tidak membayar pajak dengan jumlah semestinya ataupun lalai dalam melaporkan pajaknya terjadi pada sistem *self assessment* maupun *with holding Tax System*.

#### **2.1.3.4 Hak dan Kewajiban Wajib Pajak**

Jika orang pribadi, badan atau pemotong dan pemungut pajak sudah memenuhi syarat subjektif dan syarat objektif sebagai Wajib Pajak maka kepadanya sudah terdapat hak dan kewajiban perpajakan. Menurut Taufik (2022), hak dan kewajiban Wajib Pajak adalah sebagai berikut:

##### 1. Kewajiban Wajib Pajak

Berikut ini adalah kewajiban Wajib Pajak:

- a. Mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP. Apabila orang pribadi sudah memiliki penghasilan di atas PTKP maka sudah wajib mendaftar diri untuk memperoleh NPWP.

- b. Kewajiban untuk membayar, memungut atau memotong dan melaporkan pajak yang terutang.
- c. Kewajiban dalam hal diperiksa, contohnya adalah wajib menunjukkan atau meminjamkan dokumen-dokumen pendukung yang diminta oleh tim pemeriksa. Wajib hadir memenuhi panggilan pada saat diperiksa dan lain-lain.
- d. Kewajiban memberikan data. Bagi pihak ketiga pun termasuk instansi pemerintah, badan/lembaga asosiasi dan yang lain harus memberikan data yang diminta oleh Kantor Pelayanan Pajak.

## 2. Hak Wajib Pajak

Hak-hak Wajib Pajak yang diatur dalam undang-undang yaitu:

- a. Hak atas kelebihan pajak. Setiap pembayaran Wajib Pajak yang dilaporkan ke Kantor Pelayanan Pajak ternyata terdapat kelebihan pembayaran maka dapat direstitusikan atau dikembalikan kepada Wajib Pajak.
- b. Hak dalam pemeriksaan, misalnya hak untuk menanyakan Surat Perintah Pemeriksaan, hak untuk meminta Tanda Pengenal petugas pemeriksa, hak untuk meminta penjelasan alasan dilakukan pemeriksaan, hak untuk meminta penjelasan perbedaan atau selisih hasil pemeriksaan, dan hak untuk hadir dalam pembahasan akhir hasil pemeriksaan.
- c. Hak untuk mengajukan keberatan, banding dan peninjauan kembali atas hasil pemeriksaan.
- d. Hak untuk dijaga kerahasiaan data Wajib Pajak, dan lain-lain.

- e. Dan lain-lain, masih banyak hak-hak Wajib Pajak yang lain yang belum ditulis tetapi paling tidak inilah gambaran tentang hak dan kewajiban Wajib Pajak yang minimal harus diketahui.

#### **2.1.3.5 Syarat Kepatuhan Wajib Pajak**

Menurut Peraturan Menteri Keuangan No. 192/PMK.03/2007 dalam (Wahyuni et al., 2022), wajib pajak dikatakan dalam kategori patuh apabila memenuhi syarat sebagai berikut:

1. Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT);
2. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak;
3. Laporan keuangan diaudit oleh akuntan publik atau lembaga pengawas keuangan pemerintah dengan pendapat wajar tanpa pengecualian selama 3 tahun berturut-turut;
4. Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 tahun terakhir.

### **2.1.3.6 Indikator Kepatuhan Wajib Pajak**

Indikator kepatuhan wajib pajak merupakan tolok ukur untuk menilai sejauh mana wajib pajak menjalankan kewajiban perpajakannya sesuai peraturan yang berlaku. Menurut Safitri & Silalahi (2020), berikut beberapa indikator utama kepatuhan wajib pajak antara lain:

1. Patuh mendaftarkan diri memperoleh NPWP, yaitu kesadaran wajib pajak untuk melakukan registrasi sebagai bentuk formal kepatuhan awal terhadap sistem perpajakan.
2. Benar menghitung dan memperhitungkan pajak, mencerminkan keakuratan dalam perhitungan besaran pajak terutang sesuai ketentuan perundang-undangan.
3. Tepat waktu menyetor pajak, yaitu kepatuhan dalam melakukan pembayaran pajak sesuai batas waktu yang ditentukan.
4. Tepat waktu menyampaikan SPT, menunjukkan kepatuhan administratif wajib pajak dalam pelaporan kewajiban pajaknya.
5. Patuh membayar tunggakan pajak beserta bunganya, yaitu kesediaan wajib pajak untuk melunasi tunggakan pajak yang belum dibayar lengkap dengan sanksi bunga sesuai ketentuan.

## **2.1.4 Sosialisasi Perpajakan**

### **2.1.4.1 Pengertian Sosialisasi Perpajakan**

Menurut Sumarsan (2017), mendefinisikan sosialisasi pajak adalah:

“... suatu upaya dari Dirjen Pajak untuk memberikan pengertian, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak pada khususnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan dan perundang-undangan perpajakan”.

Menurut Giddens (dalam Judijanto et al., 2025), sosialisasi adalah proses individu menjadi bagian dari masyarakat dengan mengadopsi budaya dan norma yang ada. Proses ini penting untuk membentuk identitas individu dan mempersiapkan mereka berinteraksi dalam konteks sosial yang lebih luas. Sosialisasi tidak hanya mencakup pembelajaran, tetapi juga interaksi sosial kompleks yang berlangsung sepanjang hidup individu.

Sosialisasi perpajakan adalah kegiatan pelayanan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) untuk meningkatkan pengetahuan wajib pajak tentang peraturan perpajakan terbaru dengan tujuan memberikan pemahaman yang baik. Kewajiban membayar pajak dianggap sebagai tindakan ketaatan yang juga bernilai dalam konteks keagamaan dan sosial, seperti amal jariah yang mendukung pembangunan fasilitas umum dan kesejahteraan masyarakat. Sosialisasi ini mencakup berbagai elemen masyarakat, mulai dari kampanye perpajakan yang dilakukan oleh Humas DJP, kerja sama dengan organisasi pajak, ormas, orpol, lembaga pendidikan, komunitas agama, budaya, hingga tokoh masyarakat. Hal ini menunjukkan pajak memegang

peranan penting dalam penyediaan anggaran melalui APBD dan APBN (Budiman et al., 2024).

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan merupakan upaya strategis dari DJP untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, khususnya wajib pajak mengenai peraturan dan kewajiban perpajakan. Proses ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana edukasi, tetapi juga sebagai bentuk interaksi sosial yang menanamkan nilai-nilai kepatuhan, tanggung jawab, serta kesadaran akan peran pajak dalam pembangunan nasional.

#### **2.1.4.2 Bentuk Sosialisasi Perpajakan**

Menurut (Dewi & Irawan, 2023), berbagai metode dan strategi diterapkan agar informasi perpajakan dapat tersampaikan secara efektif kepada masyarakat, sebagai berikut :

1. Publikasi (*Publication*) : Aktivitas publikasi dilakukan melalui media sosial maupun media cetak, seperti radio, Instagram, Facebook, Twitter, dan lainnya. Sebelum melakukan publikasi, pihak instansi harus memahami budaya di daerah tersebut agar pesan tersampaikan dengan efektif.
2. Kegiatan (*Event*) : Mengadakan aktivitas yang berkaitan dengan program peningkatan pemahaman pajak di masyarakat, khususnya di wilayah tertentu seperti Jakarta Utara. Kegiatan ini penting untuk meningkatkan antusiasme masyarakat terhadap perpajakan.
3. Pemberitaan (*News*) : Sarana promosi yang digunakan instansi saat ini adalah media sosial, khususnya Instagram, untuk menyebarkan informasi dan kegiatan

yang dilakukan Kantor Pelayanan Pajak. Hal ini penting mengingat luasnya penggunaan Instagram di masyarakat.

4. Keterlibatan Komunitas (*Community Involvement*) : Kantor Pelayanan Pajak melakukan pendekatan langsung ke masyarakat dan institusi terkait. Komunitas pajak berperan menyampaikan informasi tentang pentingnya pajak bagi pelaku UMKM. Biasanya kegiatan ini dilakukan di lingkungan RT/RW.
5. Pencantuman Identitas (*Identity*) : Instansi menggunakan media sosial untuk promosi sekaligus melakukan brand exposure agar masyarakat mengenal dan mau berpartisipasi dalam kegiatan yang diselenggarakan.
6. Pendekatan Pribadi (*Lobbying*) : Pendekatan informal dengan tujuan tertentu, seperti kegiatan door to door yang menyasar pelaku UMKM dan pemberian cenderamata sebagai bentuk pendekatan personal kepada masyarakat.

#### **2.1.4.3 Indikator Sosialisasi Perpajakan**

Terdapat beberapa indikator yang digunakan sebagai tolok ukur keberhasilan sosialisasi. Menurut (Afifah & Susanti, 2021), berikut beberapa indikator-indikator sosialisasi perpajakan sebagai berikut:

1. Penyuluhan: Kegiatan penyampaian informasi perpajakan secara langsung kepada wajib pajak untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran.
2. Berdiskusi langsung dengan wajib pajak dan tokoh masyarakat: Interaksi dua arah antara petugas fiskus dengan wajib pajak dan tokoh masyarakat untuk menjawab pertanyaan dan memberikan penjelasan.

3. Informasi langsung dari fiskus ke wajib pajak: Pemberian informasi perpajakan secara personal oleh petugas fiskus kepada wajib pajak guna memperjelas kewajiban perpajakan.
4. Pemasangan billboard (spanduk, poster, baliho, dan lain-lain): Media visual yang dipasang di tempat strategis untuk menyebarkan pesan dan edukasi perpajakan kepada masyarakat luas.
5. Website Direktorat Jenderal Pajak: Sarana informasi online resmi yang menyediakan berbagai materi perpajakan untuk diakses oleh wajib pajak kapan saja.

### 2.1.5 Penelitian Terdahulu

Tinjauan hasil penelitian terdahulu adalah kajian terhadap hasil karya tulis yang relevan dengan penelitian ini yang diuraikan secara singkat dan selanjutnya akan dijadikan rujukan guna melengkapi penelitian. Beberapa peneliti terdahulu yang pernah melakukan penelitian mengenai pengaruh penerapan *e-Filling* dan kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak UKM dengan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi yang relevan dengan penelitian ini disajikan pada Tabel 2.1 sebagai berikut:

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Jurnal	Terindeks Sinta atau Tidak
1.	Neneng, dkk. (2024)	Pengaruh Penerapan <i>E-Filling</i> dan Kualitas Pelayanan terhadap	Variabel penerapan <i>E-Filling</i> dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi	Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (ILEKA)	Sinta 5

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Jurnal	Terindeks Sinta atau Tidak
		Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada KPP Pratama Jakarta Pancoran Tahun 2020-2022			
2.	Widya F, dkk (2023)	Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan dan Kualitas Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Pemoderasi (Studi Kasus Wajib Pajak UMKM di KPP Pratama Pekanbaru Tampan)	Variabel pemahaman peraturan perpajakan dan kualitas pelayanan fiskus berpengaruh terhadap variabel kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi perpajakan dapat memoderasi hubungan antara pemahaman peraturan perpajakan dan kualitas pelayanan fiskus dengan kepatuhan wajib pajak.	Jurnal Inovasi Akuntansi Keuangan & Perpajakan (IAKP)	Sinta 5
3.	Arlita Bhakti F., Dwi Soegiarto, dan Diah Ayu S. (2023)	Pengaruh Kesadaran Pajak, Pemahaman Peraturan Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Sebagai Variabel Moderasi	Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kesadaran pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan, pemahaman peraturan perpajakan, sanksi perpajakan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi perpajakan memoderasi kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, sosialisasi perpajakan tidak memoderasi pemahaman peraturan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, dan sosialisasi perpajakan memperkuat kualitas	Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana (JRAMB)	Sinta 4

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Jurnal	Terindeks Sinta atau Tidak
			pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak.		
4.	Rifani Akbar S & Gumulya Sonny M.K (2022)	Pengaruh Penerapan E-Filling Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Variabel Moderasi	Variabel penerapan e-Filling dan sanksi pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Variabel sosialisasi pajak memoderasi sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan sosialisasi pajak tidak memoderasi pengaruh penerapan e-Filling terhadap kepatuhan wajib pajak	Jurnal Kompetitif	Sinta 5
5.	Sarah Ayu D. & Triyono T. (2021)	Pengaruh Penerapan <i>E-Filling</i> dan Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi: Kepuasan Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening	Variabel penerapan <i>e-Filling</i> dan pelayanan pajak berpengaruh positif terhadap kepuasan wajib pajak. Selanjutnya, penerapan <i>e-Filling</i> berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan pelayanan pajak dan kepuasan wajib pajak tidak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Kepuasan wajib pajak tidak mengintervening pengaruh penerapan <i>e-Filling</i> terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan kepuasan wajib pajak mengintervening pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak	Jurnal KONSTELA SI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi	Sinta 4
6.	Arifin I, dkk (2021)	Mengukur Kualitas Pelayanan Fiskus dan Sistem <i>E-Filling</i> Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	Variabel kualitas pelayanan fiskus, pemahaman peraturan perpajakan, dan penerapan sistem e-Filling berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.	Jurnal Ilmiah Bongaya	Tidak
7.	Ni Nyoman Sulistya Y, dkk (2021)	Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak Kualitas Pelayanan	Variabel pemahaman peraturan perpajakan dan kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan sanksi perpajakan,	Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISM A)	Tidak

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Jurnal	Terindeks Sinta atau Tidak
		Fiskus, Sanksi Pajak, Kesadaran Wajib Pajak Dan Penurunan Tarif Pajak Umkm Pp No. 23 Tahun 2018 Terhadap Kepatuhan Wajib Dengan Preferensi Risiko Sebagai Variabel Moderasi	kesadaran wajib pajak dan penurunan tarif pajak PP No.23 Tahun 2018 tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Preferensi risiko mampu memoderasi hubungan antara pemahaman peraturan perpajakan dan kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan preferensi risiko tidak mampu memoderasi hubungan antara sanksi perpajakan, kesadaran wajib pajak dan penurunan tarif pajak PP No.23 Tahun 2018 terhadap kepatuhan wajib pajak.		
8.	Devi S. & Sem Paulus S. (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Fiskus, Pemahaman Peraturan Perpajakan dan Penerapan Sistem <i>E-Filling</i> Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak: Sosialisasi Perpajakan sebagai Pemoderasi	Penerapan sistem <i>e-filling</i> memiliki pengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak, namun kualitas pelayanan fiskus dan pemahaman peraturan perpajakan secara parsial tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Selain itu, sosialisasi perpajakan bukan sebagai variabel pemoderasi antara pengaruh kualitas pelayanan fiskus, pemahaman peraturan perpajakan, dan penerapan sistem <i>e-filling</i> terhadap kepatuhan wajib pajak.	Jurnal Akuntansi dan Pajak (JAP)	Tidak
9.	Luvita D.U & Susi D.M (2020)	Pengaruh Penerapan <i>E-Filling</i> Dan Kualitas Sistem Informasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pajak Umkm Dengan Persepsi Kegunaan Sebagai	Variabel penerapan <i>e-Filling</i> dan kualitas sistem informasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, sedangkan persepsi kegunaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, dan persepsi kegunaan tidak memperkuat pengaruh penerapan <i>e-Filling</i> maupun kualitas sistem informasi	Prosiding Seminar Nasional Pakar	Tidak

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Jurnal	Terindeks Sinta atau Tidak
		Variabel Moderasi	perpajakan terhadap kepatuhan pajak UMKM.		
10.	Renny W., Risal, Endang K. (2020)	Sosialisasi Memoderasi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa pemahaman akuntansi, sosialisasi pajak, dan kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Sedangkan pemahaman pajak dan kualitas pelayanan fiskus tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif signifikan dan memperkuat Variabel Pengetahuan akuntansi dan Kualitas pelayanan fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Sosialisasi Perpajakan tidak memoderasi Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Sosialisasi Perpajakan berpengaruh negatif signifikan dan memperlemah hubungan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.	RJABM (Research Journal of Accounting and Business Management )	Sinta 5

Berdasarkan hasil telaah dari beberapa penelitian terdahulu dalam Tabel 2.1, terlihat bahwa studi mengenai pengaruh *e-Filing* dan kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak telah banyak dilakukan, baik secara parsial maupun simultan. Namun, mayoritas penelitian tersebut lebih banyak difokuskan pada wajib pajak orang pribadi dan belum secara spesifik menasar pelaku UKM/UMKM sebagai subjek utama, khususnya di Kota Bandung. Selain itu, keberadaan variabel sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi masih belum banyak dikaji secara

mendalam dalam konteks pengaruh *e-Filling* dan kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak UKM. Sebagian studi bahkan menunjukkan hasil yang berbeda-beda mengenai peran sosialisasi, ada yang menyatakan tidak berpengaruh sebagai moderator dan ada pula yang menunjukkan efek moderasi yang signifikan. Ketidakkonsistenan temuan ini menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana sosialisasi perpajakan dapat memperkuat hubungan antara sistem *e-Filling* dan kualitas pelayanan fiskus dengan tingkat kepatuhan pajak. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan fokus pada pelaku UKM di Kota Bandung sebagai responden, serta menempatkan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

### **2.2.1 Pengaruh Penerapan *E-Filling* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UKM**

Penerapan *e-Filling* sebagai sistem pelaporan pajak secara daring dinilai memberikan dampak positif terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak, termasuk pelaku UKM. Sistem ini memungkinkan wajib pajak untuk menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) secara lebih cepat, mudah, dan efisien tanpa harus datang ke kantor pajak, sehingga mampu mengurangi hambatan administratif yang sering menjadi alasan keterlambatan atau ketidakpatuhan. Menurut penelitian oleh Dwitrayani (2020), penggunaan *e-Filling* terbukti berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UKM di Kota Bandung, terutama dalam hal ketepatan waktu

pelaporan dan kemauan membayar pajak. Dengan kemudahan akses yang ditawarkan *e-Filling*, pelaku UKM menjadi lebih terdorong untuk memenuhi kewajiban perpajakan mereka secara rutin. Selain itu, sistem *e-Filling* juga dinilai meningkatkan transparansi dan rasa percaya terhadap administrasi perpajakan.

*E-Filling* yang memungkinkan wajib pajak untuk menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) secara elektronik, memberikan kemudahan dalam proses pelaporan dan pembayaran pajak. Kemudahan ini dapat mendorong peningkatan kepatuhan pajak, karena meminimalkan waktu dan tenaga yang dibutuhkan dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Deva & Triyono (2021) di KPP Pratama Surakarta, penggunaan *e-Filling* berkontribusi positif terhadap kepatuhan wajib pajak karena proses pelaporan menjadi lebih praktis dan pengalaman pengguna menjadi lebih baik.

Penerapan sistem *e-Filling* merupakan salah satu inovasi dalam administrasi perpajakan yang bertujuan memudahkan wajib pajak dalam menyampaikan SPT secara elektronik dan real time. Berdasarkan hasil penelitian Safitri dan Silalahi (2020), penerapan sistem *e-Filling* berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Sistem *e-Filling* yang memberikan kemudahan dan kecepatan dalam pelaporan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) membuat wajib pajak merasa lebih termotivasi untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara tepat waktu dan akurat. Oleh karena itu, semakin baik penerapan *e-Filling*, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak, khususnya pada wajib pajak UKM.

### **2.2.2 Pengaruh Penerapan Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UKM**

Kualitas pelayanan fiskus turut memainkan peran penting dalam membentuk tingkat kepatuhan wajib pajak UKM. Fiskus yang responsif, informatif, dan profesional dalam memberikan layanan perpajakan dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan wajib pajak, sehingga mendorong mereka untuk lebih taat dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Pelayanan yang baik juga mencakup kemudahan akses informasi, kejelasan prosedur, serta sikap ramah dari petugas pajak saat memberikan konsultasi atau bantuan teknis. Penelitian oleh Pramesti (2020), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di wilayah Sleman dan Yogyakarta. Wajib pajak yang merasa dilayani dengan baik menunjukkan kecenderungan lebih besar untuk melaporkan dan membayar pajak tepat waktu. Penelitian ini menegaskan pentingnya peran fiskus tidak hanya sebagai pengumpul pajak, tetapi juga sebagai fasilitator dan edukator.

Kualitas pelayanan fiskus sangat berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan pajak pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Ketika layanan yang diberikan oleh petugas pajak bersifat ramah, informatif, dan membantu, wjaib pajak akan lebih mudah memahami kewajiban perpajakannya. Pemahaman ini penting karena membantu pelaku UKM dalam menghadapi aturan perpajakan yang cukup rumit, sehingga mereka bisa memenuhi kewajiban dengan benar dan tepat waktu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Febriyanti et al. (2023), menyatakan bahwa kualitas pelayanan fiskus berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal

ini menunjukkan bahwa layanan fiskus yang berkualitas dan mudah diakses sangat penting untuk mendorong kepatuhan pajak di kalangan pelaku UKM.

Pelayanan fiskus merupakan salah satu faktor penting dalam mendorong kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan hasil penelitian Suryani et al. (2024), kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Pelayanan yang baik, ramah, responsif, dan sesuai dengan harapan wajib pajak dapat meningkatkan kepuasan mereka sehingga mendorong wajib pajak untuk lebih patuh dalam membayar dan melaporkan pajak secara tepat waktu. Peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pegawai pajak, seperti pemberian kemudahan akses informasi, penyuluhan, dan komunikasi yang efektif, menjadi faktor penting dalam mendorong kepatuhan perpajakan.

### **2.2.3 Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh Penerapan *E-Filling* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UKM**

Sosialisasi perpajakan berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat pengaruh penerapan *e-Filling* terhadap kepatuhan wajib pajak UKM. Meskipun sistem *e-Filling* dirancang untuk memudahkan pelaporan pajak, keberhasilannya sangat bergantung pada sejauh mana pemahaman dan kesiapan wajib pajak dalam menggunakannya. Di sinilah peran sosialisasi menjadi krusial. Melalui kegiatan sosialisasi yang intensif dan berkelanjutan, seperti pelatihan, seminar, pendampingan, dan edukasi digital, pelaku UKM dapat memahami cara kerja *e-Filling*, manfaatnya, serta prosedur teknis penggunaannya. Penelitian oleh Kesaulya et al. (2022), menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan secara signifikan

memoderasi hubungan antara *e-Filling* dan kepatuhan pajak. Wajib pajak yang mengikuti sosialisasi menunjukkan peningkatan pemahaman dan kepercayaan terhadap sistem, sehingga lebih patuh dalam pelaporan dan pembayaran pajak.

Berdasarkan hasil penelitian Prihani dan Sunarto (2025), sosialisasi perpajakan berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat pengaruh positif penerapan *e-Filling* terhadap kepatuhan wajib pajak formal. Sosialisasi perpajakan yang efektif memberikan pengetahuan dan pemahaman yang dibutuhkan wajib pajak untuk menggunakan sistem *e-Filling* dengan benar dan percaya diri. Dengan demikian, sosialisasi membantu mengurangi keraguan dan hambatan teknis yang mungkin dihadapi wajib pajak dalam menggunakan *e-Filling*, sehingga meningkatkan tingkat kepatuhan pelaporan pajak.

Penelitian tersebut menunjukkan bahwa interaksi antara penerapan *e-Filling* dan sosialisasi perpajakan menghasilkan dampak signifikan yang saling memperkuat terhadap kepatuhan wajib pajak. Artinya, walaupun *e-Filling* memudahkan pelaporan pajak, keberhasilan penerapannya sangat tergantung pada seberapa baik sosialisasi perpajakan dilakukan kepada wajib pajak. Dengan sosialisasi yang memadai, wajib pajak lebih termotivasi dan mampu memanfaatkan *e-Filling* secara optimal sehingga meningkatkan kepatuhan mereka.

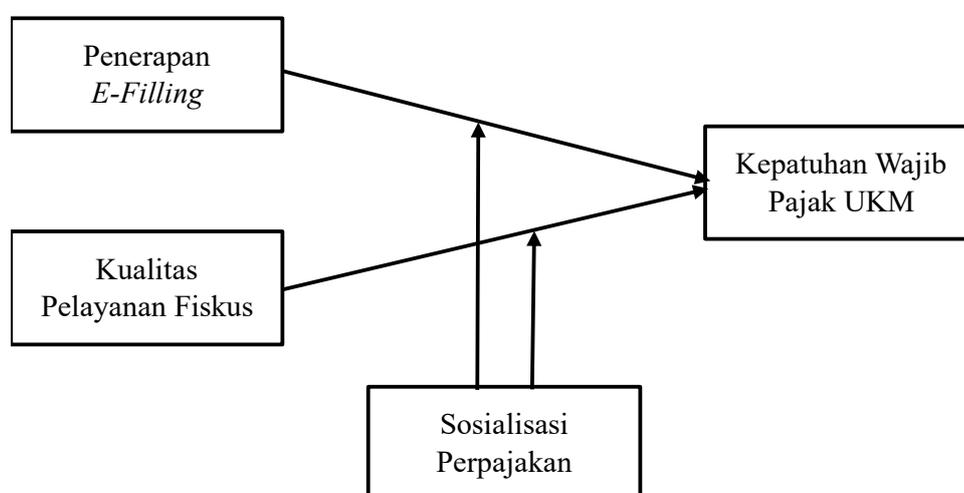
#### **2.2.4 Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UKM**

Sosialisasi perpajakan juga berperan dalam memperkuat pengaruh kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak UKM. Pelayanan yang baik dari fiskus dapat menjadi lebih efektif dalam mendorong kepatuhan apabila disertai dengan pemahaman yang cukup dari wajib pajak mengenai hak dan kewajiban perpajakannya. Sosialisasi yang intensif memberikan ruang dialog dan edukasi dua arah antara otoritas pajak dan pelaku UKM, sehingga memperjelas maksud dari setiap layanan yang diberikan serta membangun persepsi positif terhadap institusi pajak. Penelitian oleh Radyasa (2023), menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan mampu memperkuat dampak positif dari kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak, terutama di kalangan UKM yang baru bertransisi ke sistem pelaporan digital. Dengan kata lain, ketika pelayanan fiskus yang baik diimbangi dengan pemahaman yang dibangun melalui sosialisasi, kepatuhan wajib pajak cenderung meningkat secara signifikan.

Dalam bidang perpajakan, sosialisasi memiliki peran penting dalam mendorong kepatuhan pajak pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas pajak sangat berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan pajak. Pelayanan yang baik, seperti penjelasan yang jelas dan sikap yang membantu, dapat menciptakan pengalaman positif bagi wajib pajak dan membuat mereka lebih terdorong untuk memenuhi kewajibannya. Agar pelayanan pajak benar-benar efektif, dibutuhkan sosialisasi yang baik. Sosialisasi membantu wajib pajak memahami aturan dan manfaat membayar pajak, sehingga mereka lebih

menghargai pelayanan yang diberikan. Tanpa adanya sosialisasi, pelayanan yang bagus pun belum tentu membuat wajib pajak patuh. Karena itu, selain meningkatkan kualitas layanan, petugas pajak juga perlu aktif memberikan sosialisasi agar informasi pajak bisa dipahami dengan baik oleh pelaku UKM. Berdasarkan hasil penelitian Faidani et al. (2023), menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan memperkuat kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan hasil penelitian Febriyanti et al. (2023), sosialisasi perpajakan dapat memoderasi hubungan antara kualitas pelayanan fiskus dengan kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi yang efektif memberikan pemahaman lebih dalam mengenai hak dan kewajiban perpajakan, sehingga wajib pajak dapat menerima dan memanfaatkan pelayanan fiskus dengan lebih baik. Dengan adanya sosialisasi perpajakan, pengaruh positif kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak menjadi lebih kuat karena wajib pajak merasa lebih dihargai dan didukung dalam proses perpajakan.



**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran ini menggambarkan hubungan antara variabel-variabel utama yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari penerapan *e-Filling* dan kualitas pelayanan fiskus, sedangkan variabel dependen adalah kepatuhan wajib pajak. Selain itu, sosialisasi perpajakan berperan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara penerapan *e-Filling* dan kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak UKM.

### 2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2023:380), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Maka hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan diatas maka perlu dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Penulis mengansumsikan jawaban sementara (hipotesis) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Penerapan sistem *e-Filling* berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UKM di wilayah Kota Bandung.
- H2 : Penerapan kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif terhadap

kepatuhan wajib pajak UKM di wilayah Kota Bandung.

- H3 : Sosialisasi perpajakan memoderasi pengaruh penerapan *e-Filling* terhadap kepatuhan wajib pajak UKM di wilayah Kota Bandung.
- H4 : Sosialisasi perpajakan memoderasi pengaruh kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak UKM di wilayah Kota Bandung.