

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah seluruh bahan bacaan yang mungkin pernah dibaca dan dianalisis. Kajian pustaka sering dikaitkan dengan kerangka teori atau landasan teori, yaitu teori-teori yang digunakan untuk menganalisis objek penelitian. Hal ini didasarkan pengertian Kajian Pustaka menurut Ismail Suardi Wekke, dkk (2019:80):

“Kajian pustaka disebut juga kajian literatur, atau literature review. Sebuah kajian pustaka merupakan sebuah uraian atau deskripsi tentang literatur yang relevan dengan bidang atau topik tertentu. Ia memberikan tinjauan mengenai apa yang telah dibahas atau yang telah dibicarakan oleh peneliti atau penulis, teori atau hipotesis yang mendukung, permasalahan penelitian yang diajukan atau ditanyakan, metode dan metodologi yang sesuai”.

2.1.1 Pengetahuan Perpajakan

2.1.1.1 Pengertian Pengetahuan Perpajakan

Siti Kurnia Rahayu (2020:34) mengatakan bahwa pengetahuan perpajakan sebagai berikut:

“Pengetahuan perpajakan adalah pengetahuan tentang peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku, sehingga dapat melaksanakan administrasi perpajakan dengan baik, seperti menghitung pajak terutang atau mengisi Surat Pemberitahuan, melaporkan Surat Pemberitahuan, memahami ketentuan penagihan pajak dan hal lain terkait kewajiban perpajakan”.

Menurut Bustamar Ayza (2017:42) pengetahuan perpajakan adalah ilmu yang mempelajari tentang asas-asas perpajakan, justifikasi pemungutan pajak, fungsi pajak, ungkapan, slogan dan sebagainya tentang pajak ataupun perpajakan.

Mardiasmo (2016:7) menjelaskan definisi dari pengetahuan perpajakan yaitu segala sesuatu yang diketahui dan dipahami sehubungan dengan hukum pajak, baik berupa hukum pajak materiil maupun formil.

Berdasarkan pengertian pengetahuan perpajakan yang sudah dipaparkan oleh para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan perpajakan adalah proses dimana wajib pajak mengetahui tentang peraturan perpajakan dan tata cara perpajakan serta menerapkannya untuk melakukan kegiatan perpajakan seperti, membayar pajak, melaporkan SPT, dan sebagainya.

2.1.1.2 Indikator Pengetahuan Perpajakan

Indikator pengetahuan perpajakan menurut Siti Kurnia Rahayu (2020:140) yaitu:

- 1) Menguasai ketentuan perpajakan yang berlaku.
- 2) Menguasai seluruh jenis pajak yang dipungut oleh Pemerintah Pusat.
- 3) Menguasai teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang.

Indikator pengetahuan perpajakan menurut Burton (2018:8) sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan dan pemahaman mengenai hak dan kewajiban sebagai wajib pajak

- 2) Pengetahuan dan pemahaman mengenai Sosialisasi Perpajakan
- 3) Pengetahuan dan pemahaman mengenai PTKP (Penghasilan Tidak Kena Pajak), PKP (Penghasilan Kena Pajak), dan tarif pajak

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur pengetahuan perpajakan yang dikemukakan oleh Diana Sari (2016:93) sebagai berikut:

- 1) Mengetahui Perundang – undangan perpajakan.
- 2) Mengetahui ketentuan baru perpajakan dalam Peraturan Pemerintah, keputusan Menteri Keuangan.
- 3) Mengetahui keputusan atau surat edaran dari Ditjen Pajak

Indikator pengetahuan perpajakan menurut Bornman dan Ramutumbu (2019) ada tiga, diantaranya:

- 1) Pengetahuan umum perpajakan (*General Tax Knowledge*)

Pengetahuan ini diartikan sebagai pengetahuan dasar perpajakan secara umum yang diketahui masyarakat meliputi pajak sebagai penerimaan negara, mengapa harus membayar pajak, manfaat pajak bagi negara, siapa yang harus membayar pajak, dan moralitas pajak.

- 2) Pengetahuan Peraturan Pajak (*Legal Tax Knowledge*)

Pengetahuan ini mempunyai dua dimensi yang terdiri dari pengetahuan peraturan perpajakan secara konseptual berdasarkan UU perpajakan serta dapat membedakan konsep-konsep dalam perpajakan dan pengetahuan peraturan perpajakan secara teknis yaitu kemampuan untuk menerapkan

peraturan perpajakan sesuai dengan keadaan WP serta dapat memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai peraturan.

3) Pengetahuan Prosedur Perpajakan (*Procedural Tax Knowledge*)

Pengetahuan mengenai prosedur dalam perpajakan meliputi pendaftaran (registrasi) sebagai WP, pembukuan dan pencatatan, perhitungan pajak terutang, penyetoran pajak terutang, pengisian SPT dan pelaporan informasi yang diperlukan sesuai peraturan yang berlaku. Pengetahuan ini juga mengenai pemahaman arti tanggung jawab sebagai WP yang patuh, ketepatan waktu, ketepatan dalam perhitungan dan pengisian, serta memiliki informasi keuangan berupa catatan atau dokumen yang diperlukan dalam perpajakan.

Wardani dan Wati (2018) menyebutkan beberapa indikator pengetahuan perpajakan yaitu:

- 1) Pengetahuan mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan.
- 2) Pengetahuan mengenai fungsi perpajakan.
- 3) Pengetahuan mengenai sistem perpajakan di Indonesia.

Dalam penelitian ini, indikator pengetahuan perpajakan yang akan digunakan adalah:

- 1) Pengetahuan dan pemahaman mengenai hak dan kewajiban sebagai wajib pajak
- 2) Pengetahuan dan pemahaman mengenai PTKP (Penghasilan Tidak Kena Pajak), PKP (Penghasilan Kena Pajak), dan tarif pajak

- 3) Menguasai ketentuan perpajakan yang berlaku
- 4) Pengetahuan Prosedur Perpajakan

2.1.2 Sosialisasi Perpajakan

2.1.2.1 Pengertian Sosialisasi Perpajakan

Edi dan Syarifuddin (2022:106) menyebutkan bahwa sosialisasi perpajakan adalah kegiatan penyebaran informasi kepada masyarakat untuk memberikan pemahaman tentang pajak melalui iklan media massa, iklan televisi, radio, media social, dan lain sebagainya.

Menurut Sylvia Setjoatmadja (2021:2) sosialisasi perpajakan sebagai berikut:

“Sosialisasi perpajakan adalah pemberian pemahaman kepada masyarakat mengenai arti pentingnya pajak bagi pembangunan, penyadaran terhadap masyarakat akan kewajiban pajaknya, perubahan sistem pembayaran perpajakan, dan lain sebagainya”.

Adinur Prasetyo (2017:213) mengatakan bahwa sosialisasi perpajakan adalah langkah sistematis yang ditempuh melalui penyusunan materi aturan perpajakan pada suatu sector usaha secara komprehensif agar pihak-pihak terkait memahami aturan perpajakan secara utuh.

Berdasarkan pengertian sosialisasi perpajakan menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan adalah salah satu upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengedukasi masyarakat, khususnya wajib pajak, agar dapat mengetahui peraturan maupun tata cara perpajakan dengan baik dan benar.

2.1.2.2 Cara Sosialisasi Perpajakan

Menurut Aqiila dan Furqon (2021) Kegiatan sosialisasi atau penyuluhan perpajakan dilakukan dengan dua cara sebagai berikut:

1) Sosialisasi langsung

Sosialisasi langsung adalah kegiatan sosialisasi perpajakan dengan berinteraksi secara langsung dengan wajib pajak atau calon wajib pajak. Bentuk sosialisasi langsung antara lain berupa sarasehan, kelas pajak, seminar perpajakan, diskusi, dan workshop.

2) Sosialisasi tidak langsung

Sosialisasi tidak langsung adalah kegiatan sosialisasi perpajakan kepada masyarakat dengan tidak atau sedikit melakukan interaksi dengan peserta. Sosialisasi tidak langsung yang biasa dilakukan Kantor Pelayanan Pajak (KPP) pratama adalah sosialisasi melalui radio atau televisi, penyebaran booklet atau pamflet perpajakan. Bentuk-bentuk sosialisasi tidak langsung dapat dibedakan berdasarkan medianya. Dengan media elektronik dapat berupa talkshow radio/TV dan bulletin program. Sedangkan dengan media cetak dapat berupa suplemen, advertorial (booklet/leaflet perpajakan), rubrik tanya jawab, penulisan artikel pajak, dan penerbitan majalah/buku/alat peraga penyuluhan (termasuk komik pajak).

Di samping itu, kegiatan-kegiatan seperti pembuatan iklan layanan masyarakat, pemasangan spanduk, banner, billboard, dan sejenisnya, penyebaran pesan singkat, aksi simpatik turun ke jalan, pojok pajak/mobil keliling, dan konsultasi perpajakan merupakan kegiatan yang penting untuk

dilakukan akan tetapi tidak tergolong sebagai kegiatan sosialisasi perpajakan. Menyampaikan di berbagai media sosial juga salah satu cara sosialisasi tidak langsung yang dilakukan KPP Pratama Kab. Batang. Di instagram, facebook, twitter, dan website KPP pratama Batang menginformasikan berbagai update tentang perpajakan sehingga masyarakat dapat dengan mudah memperoleh informasi.

2.1.2.2 Strategi Sosialisasi Perpajakan

Menurut Achmad Barlian (2021), menjelaskan bahwa strategi sosialisasi perpajakan adalah sebagai berikut:

1) Publikasi (Publication)

Merupakan aktivitas publikasi yang dilakukan melalui media komunikasi baik media cetak seperti surat kabar, majalah maupun media audiovisual seperti radio ataupun televisi.

2) Kegiatan (Event)

Institusi pajak dapat melibatkan diri pada penyelenggaraan aktivitas-aktivitas tertentu yang dihubungkan dengan program peningkatan kesadaran masyarakat akan perpajakan pada momen-momen tertentu. Misalnya: kegiatan olahraga, hari-hari libur nasional dan lain sebagainya.

3) Pemberitaan (News)

Pemberitaan dalam hal ini mempunyai pengertian khusus yaitu menjadi bahan berita dalam arti positif, sehingga menjadi sarana promosi yang efektif. Pajak dapat disosialisasikan dalam bentuk berita kepada

masyarakat, sehingga masyarakat dapat lebih cepat menerima informasi tentang pajak.

4) Keterlibatan Komunitas (Community Involvement)

Melibatkan komunitas pada dasarnya adalah cara untuk mendekatkan institusi pajak dengan masyarakat, dimana iklim budaya Indonesia masih menghendaki adat ketimuran untuk bersilaturahmi dengan tokoh-tokoh setempat sebelum institusi pajak dibuka.

5) Pencantuman Identitas (Identity)

Berkaitan dengan pencantuman logo otoritas pajak pada berbagai media yang ditujukan sebagai sarana promosi.

6) Pendekatan Pribadi (Lobbying)

Pengertian Lobbying adalah pendekatan pribadi yang dilakukan secara informal untuk mencapai tujuan tertentu

2.1.2.3 Indikator Sosialisasi Perpajakan

Adinur Prasetyo (2017:213) Menyebutkan indikator sosialisasi perpajakan terdiri dari:

1) Penyusunan materi

Langkah sistematis ditempuh melalui penyusunan materi aturan perpajakan pada suatu sector usaha secara komprehensif agar pihak-pihak terkait memahami aturan perpajakan secara utuh.

2) Media

Pemerintah senantiasa mengingatkan wajib pajak atas hak dan kewajibannya sebagai warga negara melalui berbagai media.

Menurut Forum Studi Keuangan Negara (2017:142) sosialisasi perpajakan dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Sosialisasi dilakukan melalui berbagai media
- 2) Sosialisasi dilakukan untuk memberikan pemahaman bagi WP
- 3) Sosialisasi ketentuan pajak yang berlaku
- 4) Sosialisasi dapat tersebarluaskan

Mardiasmo (2013:48) mengatakan bahwa indikator dari sosialisasi perpajakan sebagai berikut:

- 1) Media Sosialisasi
- 2) Materi Sosialisasi
- 3) Waktu Sosialisasi
- 4) Penyelenggaraan Sosialisasi

Menurut Wijayanto dan Yushita (2017) sosialisasi perpajakan dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Tatacara sosialisasi

Sosialisasi perpajakan yang dilakukan DJP kepada masyarakat pada umumnya dan WP pada khususnya baik secara langsung maupun tidak langsung.

- 2) Frekuensi sosialisasi

Sosialisasi harus dilakukan secara berkala karena peraturan perpajakan mengalami perubahan dari waktu ke waktu

3) Kejelasan sosialisasi

Sosialisasi perpajakan yang diberikan harus dapat menyampaikan informasi dengan jelas agar WP dapat memahami materi sosialisasi yang diberikan.

Meiliah Ariani, dkk (2016) menyebutkan indikator sosialisasi perpajakan terdiri dari:

1) Media Informasi

Sumber informasi tentang pajak banyak bersumber dari media massa. Berdasarkan hal tersebut, maka sebaiknya media informasi lebih banyak digunakan dalam sosialisasi perpajakan, seperti: televisi, koran, spanduk, flyers (poster dan brosur), billboard, dan radio.

2) Slogan

Slogan yang digunakan hendaknya tidak boleh menakut nakuti atau bersifat intimidasi, tetapi lebih bersifat ajakan. Slogan sebaiknya lebih ditekankan kepada kata manfaat pajak yang diperoleh, seperti: Lunasi Pajaknya Awasi Penggunaannya; Orang Bijak Taat Pajak; Pajak Menyatukan Hati, Bangga Bayar Pajak; Pajak Milik Bersama.

3) Cara penyampaian

Penyampaian informasi perpajakan sebaiknya dilakukan dengan cara kontak langsung kepada masyarakat misalnya melalui seminar, diskusi, dan

sejenisnya. Dalam penyampaian informasi tersebut sebaiknya menggunakan bahasa yang sesederhana mungkin dan bukan bersifat teknis, sehingga informasi tersebut dapat diterima dengan baik.

4) Kualitas sumber informasi

Informasi tentang pajak dirasa masih sangat kurang oleh masyarakat. Sumber informasi yang dinilai informatif dan dibutuhkan seperti: call center, penyuluhan, internet, aparat pajak, radio, televisi, dan koran.

5) Materi sosialisasi

Materi sosialisasi yang disampaikan lebih ditekankan pada manfaat pajak, manfaat NPWP dan pelayanan perpajakan di masing masing unit, serta disampaikan dengan jelas agar mudah dimengerti.

6) Kegiatan penyuluhan

Dalam pelaksanaan kegiatan penyuluhan, yang penting diperhatikan adalah metode yang digunakan adalah metode diskusi, media yang dipergunakan adalah proyektor, materi yang disampaikan adalah pengisian SPT dan pengetahuan perpajakan, penyuluh/ pembicara harus sudah menguasai materi.

Dalam penelitian ini, indikator sosialisasi perpajakan yang akan digunakan adalah:

- 1) Penyusunan materi
- 2) Media

- 3) Sosialisasi dilakukan untuk memberikan pemahaman bagi WP
- 4) Sosialisasi ketentuan pajak yang berlaku
- 5) Sosialisasi dapat tersebarluaskan

2.1.3 Kesadaran Wajib Pajak

2.1.3.1 Pengertian Kesadaran Wajib Pajak

Siti Kurnia Rahayu (2020:195) menyatakan pengertian dari kesadaran wajib pajak adalah kemampuan untuk dapat melaksanakan kewajiban perpajakan dengan benar melalui pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki Wajib Pajak.

Menurut Pelinta Tarigan (2021) pengertian dari kesadaran wajib pajak sebagai berikut:

“Kesadaran wajib pajak merupakan suatu kondisi dimana wajib pajak mengetahui, mengakui, menghargai dan menaati ketentuan perpajakan yang berlaku dan dengan kesungguhan serta keinginan untuk dapat memenuhi kewajiban pajaknya sebagai seorang wajib pajak”.

Menurut Agus dan Trisnawati (2016:15) menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak merupakan perilaku wajib pajak berupa pandangan atau perasaan yang melibatkan pengetahuan, keyakinan dan penalaran disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sistem dan ketentuan pajak yang berlaku.

Berdasarkan pengertian kesadaran wajib pajak menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kesadaran wajib merupakan suatu kondisi dimana wajib pajak telah mengetahui, mengakui, menghargai dan menaati ketentuan perpajakan yang berlaku serta memiliki kesungguhan dan keinginan untuk memenuhi kewajiban pajaknya

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Dapat Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak

Faktor yang dapat memberikan peningkatan kesadaran wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya menurut Siti Kurnia Rahayu (2020:196) yaitu:

1. Norma subyektif
2. Sosialisasi perpajakan
3. Tingkat pengetahuan wajib pajak
4. Tingkat intelektualitas wajib pajak
5. Persepsi wajib pajak

2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Dapat Menghambat Kesadaran Wajib Pajak

Adapun faktor yang dapat menghambat peningkatan atas kesadaran Wajib Pajak dalam pelaksanaan kewajiban perpajakannya menurut Siti Kurnia Rahayu (2020:197) adalah:

1. Prasangka negatif kepada Fiskus,
2. Barrier dari instansi di luar pajak,
3. Informasi mengenai korupsi yang semakin tinggi,
4. Wujud pembangunan dirasa kurang,
5. Adanya anggapan pemerintah tidak transparan mengenai penggunaan penerimaan dari sektor pajak

2.1.3.4 Indikator Kesadaran Wajib Pajak

Menurut Siti Kurnia Rahayu (2020:196) mengatakan bahwa indikator kesadaran wajib pajak sebagai berikut:

- 1) Wajib pajak memiliki pengetahuan tentang peraturan perpajakan kemudian mengekspresikan pengetahuannya tersebut pada perilakunya terkait kewajiban perpajakan.
- 2) Wajib pajak memiliki pengetahuan selanjutnya memahaminya sehingga dapat menyelesaikan kewajiban perpajakannya.
- 3) Wajib pajak memiliki pemahaman peraturan perpajakan dan menggunakannya dalam pengambilan keputusan dalam menyikapi kewajiban perpajakannya.

Agus dan Trisnawati (2016:21) mengemukakan bahwa indikator kesadaran wajib pajak sebagai berikut :

- 1) Persepsi Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajaknya akan semakin meningkat jika dalam masyarakat muncul persepsi positif terhadap pajak. Kesadaran untuk patuh membayar pajak terkait dengan persepsi yang meliputi paradigma akan fungsi pajak bagi pembiayaan pembangunan, juga keadilan dan kepastian hukum dalam pemenuhan kewajiban perpajakan.

- 2) Tingkat Pengetahuan Dalam Kesadaran Membayar Pajak

Tingkat pengetahuan dan pemahaman membayar pajak terhadap ketentuan perpajakan yang berlaku berpengaruh pada perilaku kesadaran pembayar pajak. Wajib pajak yang tidak memahami peraturan perpajakan secara jelas cenderung akan menjadi wajib pajak

yang tidak taat, sebaliknya semakin paham wajib pajak terhadap peraturan perpajakan, maka semakin paham pula wajib pajak terhadap sanksi yang akan diterima bila melalaikan kewajiban perpajakannya..

3) Kondisi Keuangan Wajib Pajak

Kondisi keuangan adalah kemampuan keuangan yang tercermin dari tingkat pendapatan. Seseorang yang memiliki pendapatan tinggi, cenderung akan melaporkan pajaknya rendah

Irianto (2015:36) menyebutkan indikator kesadaran wajib pajak sebagai berikut:

- 1) Kesadaran bahwa pajak merupakan bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan negara.

Dengan menyadari hal ini wajib pajak mau membayar pajak karena merasa tidak dirugikan dari pemungutan pajak yang dilakukan. Pajak disadari digunakan untuk membangun negara guna meningkatkan kesejahteraan warga negara.

- 2) Kesadaran bahwa penundaan pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak sangat merugikan negara.

Wajib pajak mau membayar pajak karena memahami bahwa penundaan pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak berdampak pada kurangnya sumber daya finansial yang dapat mengakibatkan terlambatnya pembangunan negara.

- 3) Kesadaran bahwa wajib pajak ditetapkan dengan undang-undang dan dapat dipaksakan.

Wajib pajak akan membayar pajak karena pembayaran pajak disadari memiliki landasan hukum yang kuat dan merupakan kewajiban mutlak setiap warga negara.

Dalam penelitian ini yang akan digunakan menjadi indikator kesadaran wajib pajak adalah:

- 1) Persepsi Wajib pajak
- 2) Kesadaran bahwa pajak merupakan bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan negara.
- 3) Kesadaran bahwa penundaan pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak sangat merugikan negara

2.2 Kerangka Pemikiran

Kesadaran Wajib Pajak merupakan suatu kondisi dimana wajib pajak telah mengetahui, mengakui, menghargai dan menaati ketentuan perpajakan yang berlaku serta memiliki kesungguhan dan keinginan untuk memenuhi kewajiban pajaknya. Jika kesadaran wajib pajak rendah maka penerimaan negara pun akan rendah. Kesadaran wajib pajak yang rendah disebabkan oleh kurangnya pengetahuan Wajib Pajak tentang perpajakan. Maka dari itu sangat penting bagi Wajib Pajak untuk memiliki pengetahuan perpajakan yang baik. Pengetahuan perpajakan ini dimaksudkan agar Wajib Pajak dapat mengetahui pengetahuan umum perpajakan seperti fungsi pajak, peranan pajak, serta hak dan kewajiban

pajak. Dengan begitu Wajib Pajak dapat menyadari pentingnya pajak bagi pembangunan negara.

Selain dengan pengetahuan perpajakan, untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak juga bisa ditingkatkan melalui sosialisasi perpajakan. Ini merupakan upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengedukasi masyarakat, khususnya wajib pajak, agar dapat mengetahui peraturan maupun tata cara perpajakan dengan baik dan benar. Ketika masyarakat mendapatkan sosialisasi perpajakan dari pemerintah, mereka dapat melaksanakan kewajiban dan hak perpajakannya dengan baik. Dengan sosialisasi perpajakan yang baik akan memberikan dasar pemahaman wajib pajak sebagai landasan kesadaran membayar pajak.

2.2.1 Pengaruh Pengetahuan Perpajakan (X_1) Terhadap Kesadaran Wajib Pajak (Y)

Siti Kurnia Rahayu (2020:197) mengatakan keterkaitan antara pengetahuan perpajakan dengan kesadaran wajib pajak adalah sebagai berikut:

“Pengetahuan wajib pajak merupakan hasil dari proses wajib pajak mengetahui tentang peraturan perpajakan. Pengetahuan merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk kesadaran wajib pajak. Pengetahuan dalam hal ini dipengaruhi oleh faktor Pendidikan formal dan non formal dibidang perpajakan”.

Konsep di atas didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yandwika Nandiwardana Subiantoro (2018) menyebutkan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran membayar pajak. Penelitian lainnya yang dikemukakan oleh Muhamad Iqbal dan Asep Muslihat (2021) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh antara pengetahuan perpajakan terhadap kesadaran

Wajib Pajak. Selain itu menurut penelitian yang dilakukan oleh Defantris Hari Kurniati dkk (2016) menyimpulkan bahwa pengetahuan perpajakan mempengaruhi signifikan secara parsial terhadap kesadaran wajib pajak.

Berdasarkan premis-premis di atas baik dari konsep maupun hasil penelitian terdahulu maka rumusan hipotesis satu (H_1) penelitian ini adalah adanya pengaruh antara pengetahuan perpajakan terhadap kesadaran wajib pajak.

2.2.2 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan (X_2) Terhadap Kesadaran Wajib Pajak (Y)

Edi Slamet Irianto dan Syarifuddin Jurdi (2022:106) menyatakan adanya keterkaitan antara pengetahuan perpajakan terhadap kesadaran wajib pajak sebagai berikut:

“Dalam rangka sosialisasi pajak kepada masyarakat, peran pemerintah menjadi krusial untuk memberikan pemahaman kepada rakyat melalui iklan media massa, televisi, radio, dl. Melalui penyebaran tersebut, rakyat akan lebih paham dan sadar mengenai kewajiban pajaknya”.

Selain itu Siti Kurnia Rahayu (2020:197) juga menjelaskan adanya keterkaitan antara sosialisasi perpajakan dengan kesadaran wajib pajak sebagai berikut:

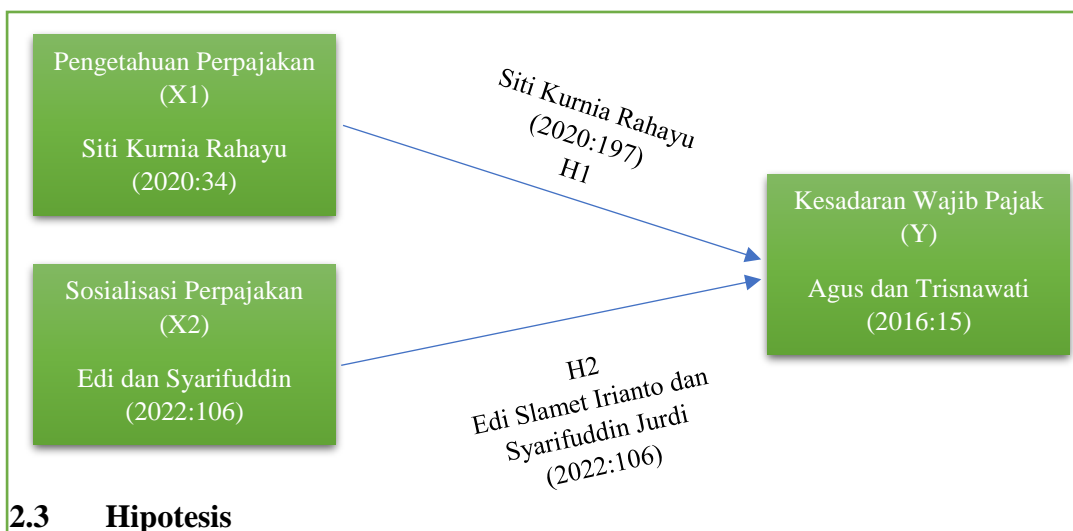
“Wajib pajak memperoleh pengetahuan peraturan perpajakan dimulai dari informasi yang disampaikan terbuka oleh DJP. Dengan pengetahuan yang disosialisasikan baik dalam bentuk online maupun offline (melalui pertemuan-pertemuan) akan memberikan dasar pemahaman wajib pajak sebagai landasan kesadaran membayar pajak”.

Konsep-konsep di atas terkait pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kesadaran wajib pajak didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ni Kadek Sriwati (2019) yang menyatakan adanya hubungan yang positif

antara sosialisasi perpajakan terhadap tingkat kesadaran wajib pajak. Hasil yang sama diperoleh dari penelitian yang dilakukan G. Tegoeh Boediono, dkk (2018) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak. Selain itu penelitian oleh Dewi Kusuma Wardani, dkk (2021) mengatakan bahwa terdapat pengaruh positif dari sosialisasi perpajakan dengan kesadaran pajak.

Berdasarkan premis-premis di atas baik dari konsep maupun hasil penelitian terdahulu maka rumusan hipotesis dua (H_2) penelitian ini adalah ini terdapat pengaruh antara sosialisasi perpajakan terhadap kesadaran wajib pajak.

Berdasarkan premis-premis yang telah disebutkan di atas, maka paradigma penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2. 1

Paradigma Penelitian

Menurut Muslich Ansori (2020) Hipotesis adalah pernyataan hubungan antara variabel dengan variabel, yang bersifat sementara atau bersifat dugaan, atau

yang masih lemah. Hipotesis dapat juga dinyatakan dalam kalimat lain, yaitu pernyataan hubungan antara dua variabel atau lebih, yang bersifat sementara, atau bersifat dugaan, atau yang bersifat masih lemah. Lemah dalam hal ini berkaitan dengan benar tidaknya pernyataan yang dibuat dalam hipotesis, bukan hubungan antar variabelnya lemah.

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang telah diuraikan di atas, maka penulis berasumsi mengambil hipotesis sebagai berikut:

H1: Diduga pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak.

H2: Diduga sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak