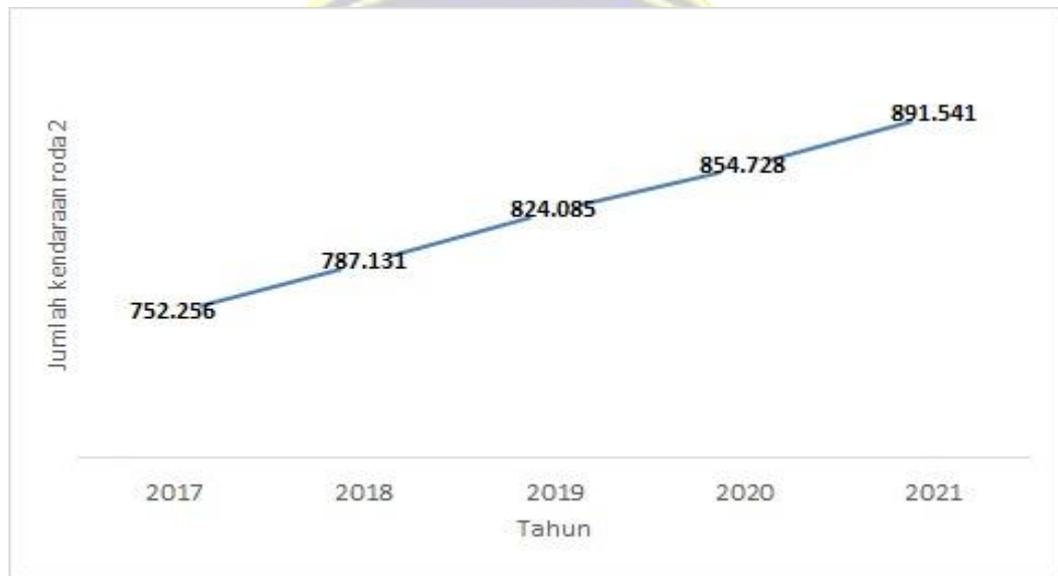


BAB 1. PENDAHULUAN

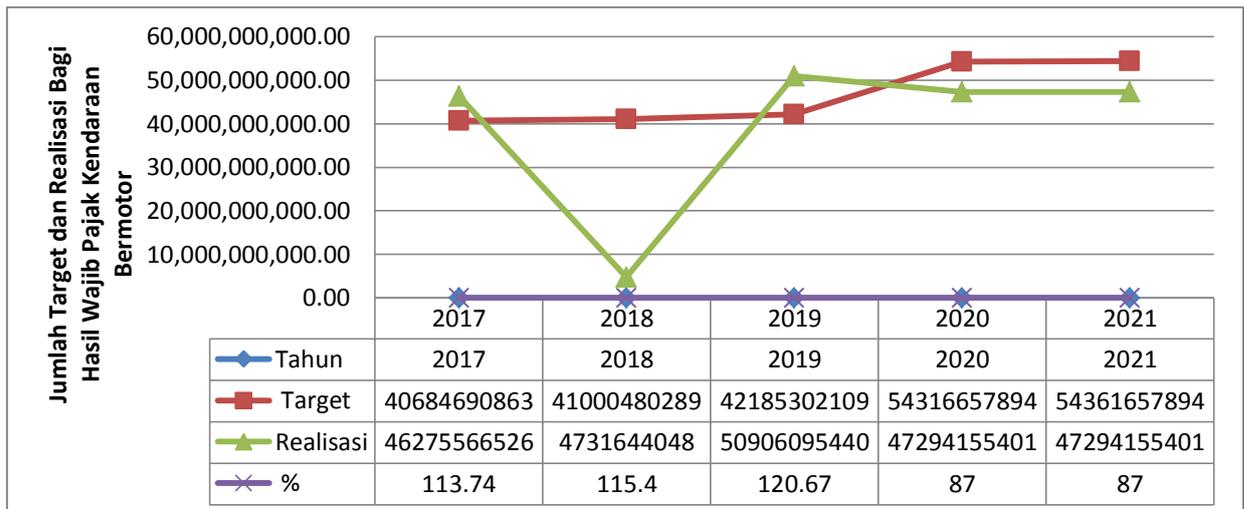
1.1 Latar Belakang

Pajak merupakan sumber penerimaan terbesar dari APBN. Dana dari penerimaan pajak sebagai sumber utama penerimaan APBN dialokasikan untuk mendanai berbagai pengeluaran negara untuk kemakmuran rakyat (Kadek, 2017). Pajak kendaraan bermotor adalah pajak yang dibebankan kepada wajib pajak yang memiliki kendaraan bermotor yang sifatnya memaksa yang harus dibayar oleh wajib pajak. Pajak kendaraan bermotor menjadi potensi pendapatan daerah karena semakin meningkatnya jumlah kendaraan bermotor, di Kabupaten Jember perkembangan jumlah kendaraan bermotor dijelaskan pada gambar 1.1 dibawah ini.



Gambar 1.1 : Grafik Peningkatan Jumlah Kendaraan Bermotor Kabupaten Jember
Sumber Data : Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember, 2021.

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 jumlah kendaraan bermotor naik cukup signifikan, hal ini menjadi peluang untuk digali pajaknya sebagai sumber pendapatan daerah provinsi. Kondisi tersebut apakah relevan dengan tingkat kepatuhan pajak kendaraan bermotor, dengan demikian penelitian ini diselidiki mengingat data bagi hasil pajak kendaraan bermotor justru stagna mulai tahun 2020 ke tahun 2021 belum ada peningkatan seperti dijelaskan dalam gambar 1.2 berikut:



Gambar 1.2 : Grafik target dan realisasi bagi hasil pajak kendaraan bermotor Kabupaten Jember dan Provinsi

Sumber Data : Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember, 2021.

Dari grafik tersebut menunjukkan bahwa dari tahun 2017-2019 realisasi bagi hasil wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember dapat mencapai target. Namun pada Tahun 2020-2021 realisasi bagi hasil wajib pajak kendaraan bermotor tidak dapat mencapai target sebanyak 87%.

Dari kondisi stagner target pendapatan pajak kendaraan bermotor, Pemerintah Provinsi Jawa Timur melalui Gubernur Jawa Timur Khofifah Indar Parawansa pada tahun 2020 memutuskan untuk memberikan insentif pajak kepada wajib pajak kendaraan bermotor sesuai dengan keputusannya Nomor 188/267/KPTS/031/2020 tentang Pemberian Insentif Pembebasan Sanksi Administrasi Pajak Kendaraan Bermotor Tahun 2020 dan di Tahun 2021 ini Khofifah Indar Parawansa kembali menggulirkan program insentif pajak berupa diskon pajak kendaraan bermotor. Dilakukan pemberian kebijakan insentif pajak di Tahun 2021 hanya sampai tanggal 9 Desember 2021. Pemberian insentif pajak kendaraan bermotor guna untuk membantu meringankan wajib pajak dari sanksi pajak yang diterimanya atas keterlambatan pembayaran. Adanya kebijakan insentif pajak kendaraan bermotor karena pemerintah ingin membantu masyarakat yang terdampak *Covid-19*. Dampak dari *Covid-19*, Indonesia mengalami kerugian di Tahun 2020 pada kuartal III mencapai minus 3,49 persen. Tidak hanya berimbas pada penerimaan negara saja namun dampak dari *Covid-19* ini berdampak juga pada penerimaan pendapatan daerah seperti pada pendapatan daerah Kabupaten Jember khususnya pada penerimaan bagi hasil dari wajib pajak kendaraan bermotor yang tercatat di BPS Kabupaten Jember sebanyak 87% selisih dari target yang sudah direncanakan yang tidak dapat dicapai.

Kepatuhan wajib pajak merupakan suatu ketaatan untuk melakukan ketentuan atau aturan-aturan perpajakan yang diwajibkan atau diharuskan dilaksanakan menurut peraturan perundang-undangan (Denny, 2020). Kepatuhan wajib pajak, dalam mematuhi kewajibannya sebagai wajib pajak didasari dengan pemahaman seorang wajib pajak tentang peraturan perpajakan. Memahami tentang hukum perpajakan, undang-undang perpajakan, serta tata cara

dalam melaksanakan kewajibannya sangat penting bagi wajib pajak sebagai dasar pemahaman akan perpajakan (Wardani & Rumiya, 2017).

Sejalan dengan penelitian dari (Neldi, 2022), (Adetya et al., 2015), menjelaskan bahwa edukasi berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Yunitasia, 2015), menunjukkan bahwa edukasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Begitu juga yang dijelaskan oleh (Reza Aditya Ariesandrio, 2018), (Herawati et al., 2018) dan (M. Nur Rizky, 2019) tentang media sosial dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh (Syahril, 2021), menunjukkan bahwa media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Agustina, 2019), (Sita Irfani et al., 2019) dan (Herman, 2020) pada hasil penelitiannya menjelaskan tentang keterampilan komunikasi bahwa berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan pada penelitian (Darmayasa & Setiawan, 2016) menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pada penelitian yang dilakukan (Salman et al, 2020), (Muhamad Birul Walidain, 2021) dan (Sartika et al., 2021) menjelaskan tentang insentif pajak bahwa berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Wahyudi, 2021) menunjukkan bahwa insentif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Sosialisasi relevan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dijelaskan mengenai niat dari wajib pajak dalam berperilaku. Sosialisasi merupakan motivasi yang diberikan oleh pemerintah untuk meningkatkan jumlah dari kepatuhan wajib pajak. Relevansinya *Theory of Planned Behavior* (TPB) dengan melalui variabel Edukasi, Keterampilan Komunikasi, dan Insentif Pajak. Dengan adanya edukasi, keterampilan komunikasi dan insentif pajak akan dapat mendorong wajib pajak untuk mematuhi peraturan wajib pajak dan akan membayar pajak (Ardiyanti & Supadmi, 2020). Pada Teori Kepatuhan dijelaskan tentang kesadaran atau sikap wajib pajak. Teori ini relevan dengan variabel Edukasi, Keterampilan Komunikasi dan Insentif Pajak, karena dapat memberikan pemahaman serta informasi mengenai perpajakan guna menyadarkan wajib pajak untuk mematuhi peraturan perpajakan. *Theory Thechnologi Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa di dalam teori ini terdapat dua persepsi yaitu persepsi pemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan. Teori TAM ini relevan dengan variabel Media Sosial karena dengan media sosial akan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat dengan cara menyebarkan informasi tentang perpajakan melalui media sosial. Dengan memberikan informasi perpajakan dengan cara yang mudah diakses oleh masyarakat khususnya wajib pajak kendaraan bermotor akan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak karena dengan informasi yang didapatkan oleh wajib pajak akan membuat wajib pajak memahami tentang perpajakan serta manfaat dari membayar pajak.

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu tentang Edukasi, Media Sosial, Keterampilan Komunikasi, dan Insentif Pajak. Ada beberapa penelitian yang meneliti tentang hal tersebut. Pada penelitian tentang variabel edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi, insentif pajak, ada beberapa penemuan yang didapatkan oleh penelitian lain yaitu ada yang menemukan bahwa berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak serta ada yang menunjukkan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Terjadinya *research gap* pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, cukup

menarik bagi peneliti untuk diteliti tentang ada atau tidaknya kekonsisten hasil dari penelitian. Maka dari itu peneliti ingin meneliti tentang pengaruh sosialisasi yang dipilah menjadi beberapa variabel yaitu variabel edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi, insentif pajak, terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor sehingga dapat mengonfirmasi ulang yang dilakukan di Kabupaten Jember karena bagi hasil wajib pajak kendaraan bermotor tidak berbanding lurus dengan jumlah kendaraan bermotor. Sehingga peneliti ingin melakukan penelitian tentang “Dampak Sosialisasi Insentif Pajak Kendaraan Bermotor Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di Kabupaten Jember”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dikemukakan pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah edukasi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak ?
2. Apakah media sosial berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak ?
3. Apakah keterampilan komunikasi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak ?
4. Apakah insentif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak ?
5. Apakah edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi, insentif pajak mempengaruhi secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh edukasi terhadap kepatuhan wajib pajak
2. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap kepatuhan wajib pajak
3. Untuk mengetahui pengaruh keterampilan komunikasi terhadap kepatuhan wajib pajak.
4. Untuk mengetahui pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak
5. Untuk mengetahui pengaruh simultan edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi, insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan yang dijelaskan di atas, maka manfaat dari penelitiannya sebagai berikut :

1. Manfaat Teori
Bagi peneliti selanjutnya dapat mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan dari variabel edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi dan insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember.
2. Manfaat Praktik
Bagi SAMSAT Jember dapat meningkatkan kualitas cara bersosialisasi baik itu melalui cara edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi dan insentif pajak tentang kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.