# BAB II
# TINJAUAN PUSTAKA

## A. Landasan Teori

### 1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan *Agency Theory*. Menurut Indra Bastian (2006 : 213) *Agency Theory* atau yang sering disebut juga *contracting theory*, merupakan salah satu kebutuhan riset akuntansi terpenting saat ini. Penelitian yang dilakukan pada teori agensi bisa bersifat deduktif ataupun induktif dan merupakan kasus khusus riset prilaku, walaupun teori agensi berakar pada bidang keuangan dan ekonomi bukannya psikologi dan sosiologi. *Agency Theory* didefinisikan sebagai perilaku ataupun kegiatan tertentu yang dilakukan manusia dan yang diarahkan oleh aturan dan konteks di mana interaksi itu terjadi.

*Agency Theory* yang berfokus pada biaya-biaya pemantauan dan penyelenggaraan hubungan antara berbagai pihak. Teori agensi merupakan pengorbanan yang timbul dari hubungan keagenan apa pun, termasuk hubungan di dalam kontrak kerja antara pemegang saham dan manajer perusahaan. Oleh sebab itu, di dalam hubungan keagenan, setiap pihak akan menanggung biaya keagenan tidak hanya principal namun juga agen.

### 2. Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Keputusan Menteri Keuangan No.544/KMK.04/2000, menyatakan bahwa kepatuhan perpajakan adalah tindakan Wajib Pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undang dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang beraku dalam suatu negara.

Pengertian kepatuhan wajib pajak menurut Gunadi (2013:94) diartikan bahwa wajib pajak mempunyai kesediaan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan aturan yang berlaku tanpa perlu diadakan pemeriksaan, investigasi seksama, peringatan ataupun ancaman dan penerapan sanksi baik hukum maupun administrasi.

Adapun jenis-jenis kepatuhan Wajib Pajak dalam buku Siti Kurnia Rahayu (2010:138) yaitu:

a. Kepatuhan formal adalah suatu keadaan dimana Wajib Pajak memenuhi kewajiban secara formal sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang perpajakan. Misalnya

menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) PPh tersebut sudah benar atau belum. Yang penting Surat Pemberitahuan (SPT) PPh sudah disampaikan sebelum tanggal 31 Maret.

b. Kepatuhan material adalah suatu keadaan dimana Wajib Pajak secara substantif/hakikatnya memenuhi semua ketentuan material perpajakan yaitu sesuai isi dan jiwa undang-undang pajak kepatuhan material juga dapat meliputi kepatuhan formal. Di sini Wajib Pajak yang bersangkutan, selain memperhatikan kebenaran yang sesungguhnya dari isi dan hakekat Surat Pemberitahuan (SPT) PPh tersebut.

Secara lebih jelas, pengertian UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam UU tersebut disebutkan bahwa UMKM adalah sesuai dengan jenis usahanya yakni usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Biasanya, penggolongan UMKM adalah dilakukan dengan batasan omzet per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan. Sedangkan usaha yang tak masuk sebagai UMKM adalah dikategorikan sebagai usaha besar. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah. Usaha besar meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pengertiannya sebagai berikut:

a. Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki orang perorangan yang sesuai dengan ketentuan undang-undang.
b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan maupun badan usaha yang bukan merupakan hasil anak perusahaan atau bukan dari cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung yang berasal dari Usaha Menengah dan Usaha Besar sesuai undang-undang.
c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimilki, dikuasai, menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan yang didapat setiap tahun.

UMKM memiliki beberapa kriteria untuk masing-masing usaha yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada bab IV pasal 6, yaitu:

**Tabel 2.1**

**Kriteria UMKM**

| Deskripsi | Kekayaan Bersih | Hasil Penjualan Tahunan |
|---|---|---|
| Usaha Mikro | Paling banyak Rp. 50.000.000 (Lima puluh juta) | Paling banyak Rp. 300.000.000 (Tiga ratus juta) |
| Usaha Kecil | Lebih dari Rp. 50.000.000 (Lima puluh juta) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000 (Lima ratus juta) | Lebih dari 300.000.000 (Tiga ratus juta) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000 (Dua miliar lima ratus juta) |
| Usaha Menengah | Lebih dari Rp. 500.000.000 (Lima ratus juta) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (Sepuluh miliar) | Lebih dari Rp. 2.500.000.000 (Dua miliar lima ratus juta) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (Lima puluh miliar) |

Sumber : UU No. 20 Tahun 2008

### 3. Pengetahuan Perpajakan

Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP), pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Pengetahuan Perpajakan Menurut Wijayanti dkk, (2015:311) Pengetahuan perpajakan adalah suatu proses dimana wajib pajak memahami dan mengetahui tentang peraturan dan Undang-Undang serta tata cara perpajakan dan menerapkannya untuk melakukan kegiatan perpajakan seperti, membayar pajak, melaporkan SPT, dan sebagainya. Jika seseorang telah memahami dan mengerti tentang perpajakan maka akan terjadi peningkatan pada kepatuhan wajib pajak.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan jika pajak merupakan kontribusi yang harus dilaksanakan wajib pajak. Namun, siapakah wajib pajak itu? Pasal 1 angka 2 UU KUP menjelaskan bahwa wajib pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi

pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Dari pengertian definisi di atas bahwa terdapat ciri-ciri yang melekat pada pengertian pajak yaitu sebagai berikut:

a. Pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan undangundang serta aturan pelaksanaannya.
b. Dalam pembayaran pajak tidak dapat di tunjukan antara kontraprestasi individual oleh pemerintah.
c. Pajak di pungut oleh Negara, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.

Menurut Putri (2014) Kebijakan Pemerintah dengan adanya pemberlakuan peraturan perpajakan ini didasari dengan tujuan:

a. Untuk memberikan kemudahan dan penyederhanaan dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.
b. Mendidik atau mengedukasi masyarakat dalam ketertiban administrasi sekaligus manfaat pajak bagi masyarakat.
c. Mendidik atau mengedukasi masyarakat untuk transparansi dalam melaporkan pajaknya sesuai ketentuan Undang-Undang.
d. Memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk ikut berkontribuasi dalam penyelenggaraan negara.

Hasil yang diharapkan nantinya:

a. Perluasan partisipasi dalam membayar pajak.
b. Meningkatkan kepatuhan wajib pajak secara sukarela.
c. Meningkatkan penerimaan PPh dari Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu.
d. Meningkatkan penerimaan pajak sehingga kesempatan untuk mensejahterakan masyarakat menjadi meningkat.

**4. Sosialisasi Perpajakan**

Sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya Direktur Jenderal Pajak khususnya kantor pelayanan pajak untuk memberikan pengertian, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan dan perundang-undangan perpajakan (Rohmawati dan Rasmini, 2012).

Kegiatan sosialisasi atau penyuluhan perpajakan dapat dilakukan dengan dua cara sebagai berikut (Herryanto dan Toly, 2013).

a. Sosialisasi langsung adalah kegiatan sosialisasi perpajakan dengan berinteraksi langsung dengan wajib pajak atau calon wajib pajak. Bentuk sosialisasi langsung yang pernah diadakan antara lain early tax education, tax goes to school atau tax goes to campus, klinik pajak, seminar, workshop, perlombaan perpajakan seperti cerdas cermat, debat, pidato perpajakan dan artikel.

b. Sosialisasi tidak langsung adalah kegiatan sosialisasi perpajakan kepada masyarakat dengan tidak atau sedikit melakukan interaksi dengan peserta. Bentuk-bentuk sosialisasi tidak langsung dapat dibedakan berdasarkan medianya. Dengan media elektronik dapat berupa talkshow TV dan talkshow radio. Sedangkan dengan media cetak berupa koran, majalah, tabloid, buku, brosur perpajakan, rubrik tanya jawab, penulisan artikel pajak, dan komik pajak.

Kesadaran masyarakat dalam Wajib Pajak sangat di perlukan dalam membayar pajak. Hal tersebut untuk memperlancar proses pembangunan, apabila Wajib Pajak tidak pernah dibayar maka penerimaan negara tidak maksimal. Terhambatnya pembangunan dalam negara disebabkan kas negara yang kurang akibat kurangnya kesadaran masyarakat yang membayar pajak. Berbagai upaya pemerintah melakukan kesadaran Wajib Pajak kepada masyarakat yaitu salah satunya melalui sosialisasi pajak ,agar masyarakat paham akan pentingnya pajak yang dibayarkan kepada negara. (Suyanto, 2013)

**5. Tarif Pajak**

Menurut Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 tentang perubahan ke empat atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada Pasal 1 Ayat 1 berbunyi pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. (Prof. Dr, 2016).

Masyarakat tidak ingin merasa dirugikan oleh pemerintah dalam pelaksanaan pemungutan pajak. Oleh karenanya diperlukan tarif pajak agar pemungutan pajak seimbang antara masyarakat dan pemerintah sehingga tidak ada pihak yang dirugikan dan tidak terjadi kesalahan.

Ada beberapa jenis pajak yang dikenakan pada UKM atau biasa disebut pajak UMKM.Tergantung aktivitas perpajakan apa yang dilakukan atau menjadi kewajiban adminitrasi perpajakan UKM tersebut seperti yang sudah dijelaskan di atas. Berikut adalah tarif jenis-jenis pajak UMKM atau tarif jenis pajak yang dikenakan pada UMKM:

a. Tarif PPh Pasal 21

Sebagai UKM juga memiliki kewajiban memotong PPh 21 karyawan setiap bulannya. Untuk mengetahui berapa besar PPh yang harus dipotong perusahaan dari gaji karyawan dan lainnya, dengan terlebih dahulu mengalikan Penghasilan Kena Pajak dengan tarif PPh Pasal 17. Maka disebut sebagai tarif PPh progresif.

Jadi, besar tarif PPh 21 yang terutang ditentukan dengan mengalikan Penghasilan Kena Pajak dengan tarif PPh 17, yang diatur kembali dalam UU HPP No. 7 Tahun 2021 yakni:

1) 5% untuk penghasilan Rp0 – Rp60.000.000 per tahun
2) 15% untuk penghasilan Rp60.000.000 – Rp250.000.000 per tahun
3) 25% untuk penghasilan Rp250.000.000 – Rp500.000.000 per tahun
4) 30% untuk penghasilan Rp500.000.000 – Rp5.000.000.000 per tahun
5) 35% untuk penghasilan di atas Rp5.000.000.000 setahun

b. Tarif PPh Pasal 23

Sedangkan tarif PPh 23 dibedakan antara yang memiliki NPWP dan yang tidak memiliki NPWP.

1. Tarif PPh 23 yang Memiliki NPWP
2. 15% untuk dividen, royalti, bunga pinjaman, hadiah, penghargaan dan bonus
3. 2% untuk sewa atas penggunaan harta, jasa
4. Tarif PPh 23 yang Tidak Memiliki NPWP
5. 30% untuk dividen, royalti, bunga pinjaman, hadiah, penghargaan dan bonus
6. 4% untuk sewa atas penggunaan harta, jasa

c. Tarif PPh Pasal 26

Tarif PPh 26 sebesar 20% dari penghasilan bruto yang diterima oleh orang asing atau badan asing. Tapi tarif pemotongan PPh 26 ini dapat berubah menjadi lebih rendah, bahkan

tidak dikenakan pajak jika negara penerima penghasilan tersebut memiliki kerja sama Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda (P3B) atau Tax Treaty dengan Indonesia. Bagi penerima penghasilan ini, wajib menunjukkan Surat Keterangan Domisili dari negara asalnya tersebut.

d. Tarif PPh Pasal 4 ayat (2)

Besar tarif PPh 4 ayat (2) dibedakan berdasarkan jenis usahanya hingga skala usaha, apakah termasuk kualifikasi usaha kecil, atau bahkan tidak memiliki kualifikasi usaha.

**Tabel 2.2**

**Tarif PPh Pasal 4 ayat (2)**

| No. | Jenis Penghasilan | Tarif |
|---|---|---|
| 1 | Persewaan atas tanah dan/atau bangunan | 10% |
| 2 | Pengalihan ha katas tanah dan/atau bangunan | 2,5% |
| 3 | Pengalihan atas usaha Jasa Konstruksi: | |
| | a. Jasa Pelaksana Konstruksi: | |
| | – Kualifikasi usaha kecil | 2% |
| | – Kualifikasi usaha selain kecil | 3% |
| | – Tidak memiliki kualifikasi usaha | 4% |
| | b. Jasa Perencanaan & Pengawasan Konstruksi: | |
| | – Memiliki kualifikasi usaha | 4% |
| | – Tidak memiliki kualifikasi usaha | 6% |
| 4 | Dividen yang dibayarkan kepada Orang Pribadi | 10% |

Sumber : Undang-Undang PPh Pasal 4 ayat (2)

## 6. Omzet Penghasilan

Omzet Penghasilan adalah jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu selama suatu masa jual. Omset/omzet adalah nilai transaksi yang terjadi dalam hitungan waktu tertentu, misalnya harian, mingguan, bulanan, tahunan. Omset bukan nilai keuntungan, juga bukan nilai kerugian. Nilai omset yang besar dengan nilai keuntungan yang kecil atau terjadi kerugian adalah bukti ketidakefisienan manajemen dan sebaliknya.

Definisi omzet penjualan menurut kamus Bahasa Indonesia (2000:626), adalah jumlah hasil penjualan (dagangan), omzet penjualan total jumlah penjualan barang/jasa dari laporan laba-rugi perusahaan (laporan operasi) selama periode penjualan tertentu. Dari definisi di atas dapat dikemukakan bahwa yang dimaksud dengan omzet penjualan adalah total jumlah barang dan jasa yang dihitung.

Dilihat dari sisi industri, pendapatan berarti jumlah penghasilan yang diperoleh dari menjual barang hasil industri atau dengan kata lain menghargakan dengan suatu harga pasar tertentu. Pendapatan didefinisikan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu. Pendapatan terdiri dari upah atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti: sewa, bunga, dividen serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran. (Arrodhi, 2018)

Faktor faktor yang mempengaruhi kegiatan omzet penghasilan yaitu :

a. Kondisi dan kemampuan penjual

   Penjual harus menarik pembelinya atau konsumen agar dapat mencapai sasaran yang diharapkan, untuk itu penjual harus memahami karakter konsumen tersebut.

b. Kondisi pasar

   Pasar sebagai perkumpulan para pembeli atau konsumen yang menjadi sasaran pengusaha dalam penjualannya, dapat mempengaruhi penjualannya. Adapun faktor kondisi pasar yang perlu di perhatikan yaitu jenis pasar, konsumen atau pembeli, kebutuhannya.

Faktor- Faktor yang mempengaruhi dalam tujuan penjualan :

a. Modal yang di perlukan
b. Merencanakan dalam membuat produk
c. Harga yang tepat
d. Penyalur yang tepat
e. Menggunakan cara yang tepat

**7. Umur Usaha**

Umur usaha merupakan usia atau lamanya suatu perusahaan itu dibentuk dan beroperasi (Handayani, 2011). Umur perusahaan mengakibatkan perubahan pola pikir dan tingkat kemampuan pemilik perusahaan dalam pengambilan keputusan atas setiap tindakan-tindakannya. Pemilik perusahaan yang telah lama mengoperasikan usahanya telah banyak belajar dari pengalaman mereka, sehingga pemilik atau manager.

Umur pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lamanya seseorang atau pengusa akan mempengaruhi kemampuan maupun pengalaman yang didapat dalam membangun usahanya, sehingga dapat menambah efisiensi dan menekan biaya produksi lebih kecil dari pada penjualannya. Semakin lama usahanya semakin paham kebutuhan konsumen yang diinginkan. (Julia, 2016)

Selain itu, perusahaan yang telah lama berdiri tentunya mempunyai strategi dan kiat-kiat yang lebih solid untuk tetap bisa survive dimasa depan. Semakin lama sebuah perusahaan berdiri, tentunya telah banyak pula mengalami lika-liku dalam berbisnis, mulai dari kemajuan hingga masalah dan kendala yang dihadapi. Kemampuan sebuah perusahaan untuk menyelesaikan berbagai masalah yang muncul dalam masa pengelolaan perusahaan, akan semakin menguatkan keberadaan perusahaan itu sendiri. Banyak cara-cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk bertahan dalam setiap kendala yang dihadapi. Sehingga, jika terjadi lagi kesulitan maupun kendala yang sama maupun berbeda, maka perusahaan tersebut sudah siap dan mampu untuk mengatasi masalah tersebut dengan baik dan menyelesaikannya dengan sukses. (Arrodhi, 2018)

Semakin banyak pengalaman yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka akan membuat perusahaan tersebut semakin berkompeten. Dan semakin lama perusahaan tersebut berdiri dan bertahan, maka perusahaan itu akan semakin diakui keberadaan dan keunggulannya di mata masyarakat. Apalagi jika produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan selalu baik kualitasnya serta tidak pernah mengecewakan konsumen. Perusahaan tersebut akan dipercayai oleh konsumen sebagai perusahaan yang baik dan jaminan atas hasil yang baik. (Julia, 2016)

Umur usaha juga dapat mempengaruhi atau dapat menimbulkan pengalaman berusaha, yaitu pengalaman dapat mempengaruhi tingkah laku seorang pelaku usaha. Umur usaha juga dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak yang didapat pelaku usaha tersebut.

Selain itu semakin lama pengusaha dengan pengalamannya, semakin banyak juga jaringan atau pengepul eceran yang luas maka berguna dalam memasarkan produknya. Pengalaman pengusaha seseorang dapat dilihat dari umurnya usaha tersebut, semakin lama usahanya semakin banyak juga pengalaman yang didapat. (Anggara & Sulistiyanti, 2017)

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan untuk memberikan gambaran awal tentang variabel yang diteliti dalam penelitian ini sehingga dapat diketahui hasil penelitiansebelumnya. Hasil penelitian sebelumnya dapat dijadikan perbandingan atau membangun hasil penelitian atas temuan-temuan baru atau hanya membuktikan melalui alat analisis yang sesuai. Penelitian yang pernah dilakukan untuk meneliti efisiensi fungsi audit operasional atas pengelolaan, persediaan sebagai berikut.

**Tabel 2.3**

**Penelitian Terdahulu**

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Metode Penelitian | Hasil Penelitian |
|---|---|---|---|---|
| 1. | Septina (2022) | Pengaruh pengetahuan wajib pajak, tarif pajak, omzet penghasilan dan umur usaha terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Bandar Lampung dalam prespektif ekonomi islam | Deskriptif Kualitatif | Sosialisasi perpajakan, tarif pajak dan pemahaman perpajakan memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM menurut prespektif ekonomi islam |
| 2. | Octaviani, M., & Arfamaini, R. (2021). | Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penghasilan Pasal 21 (Orang Pribadi) Di KPP Pratama Surabaya | Deskriptif Kuantitatif | Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman wajib pajak, pelayanan perpajakan dan sanksi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. |

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Metode Penelitian | Hasil Penelitian |
|---|---|---|---|---|
| 3. | Afrizal Eko Anggriawan (2020) | Pengaruh pengetahuan perpajakan, sosialisasi pajak, tarif pajak, omzet penghasilan, umur usaha terhadap kepatuhan wajib pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Tegal | Deskriptif Kualitatif | Hasil penelitian menunjukan bahwa pengetahuan perpajakan, sosialisasi, tarif pajak, omzet dan umur usaha berpengaruh secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Tegal |
| 4. | Anwar & Syafiqyrrahman (2016) | Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan perpajakan wajib pajak UMKM di surakarta dengan pengetahuan perpajakan sebagai variabel pemediasi | Deskriptif Kualitatif | Sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap pengetahuan perpajakan dan kepatuhan perpajakan juga mempengaruhi signifikan positif terhadap kepatuhan perpajakan sekaligus memediasi pengarug sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan perpajakan Wajib Pajak UMKM di surakarta |
| 5. | Diah Artiriani (2019) | Pengaruh Pengetahuan Pajak, Sosialisasi Pajak dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan UMKM (Studi Kasus Pada KPP Pratama Medan Kota) | analisis deskriptif dan regresi linear berganda | Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tentang sejauh mana pengaruh dari Pengetahuan Pajak, Sosialisasi Pajak dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan wajib Pajak Badan UMKM di Medan Kota |

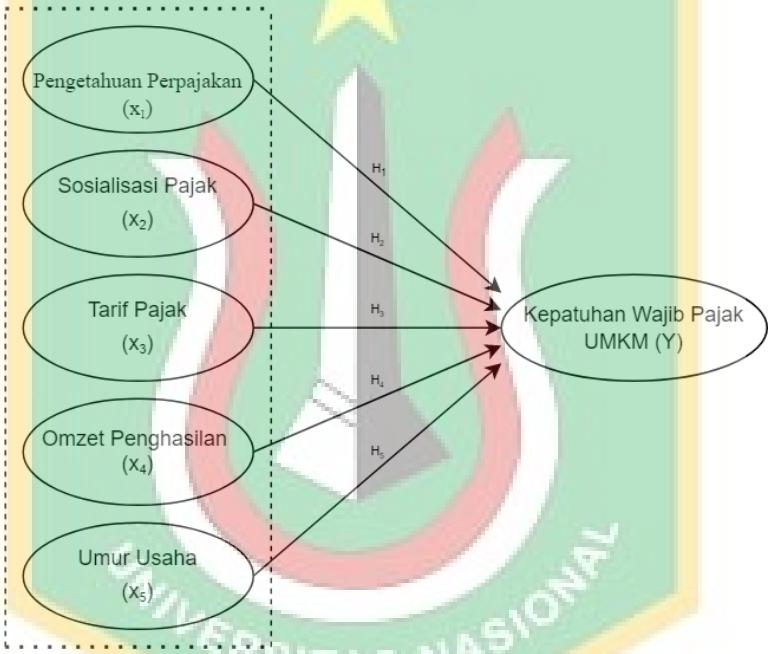
Sumber: diolah oleh peneliti (2022)

## 8. Kerangka Analisis

Kerangka analisis adalah konsep yang terorganisir secara sistematis tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai isu penting. Penelitian ini menunjukkan bahwa kerangka analisis merupakan faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel terikat, yaitu kepatuhan wajib pajak UMKM, dan variabel bebasnya adalah

**Gambar 2.1**

**Kerangka Analisis**




Keterangan :

⋯⋯⋯⋯⋯⋯⋯⋯> : Pengaruh Secara Parsial

————————> **:** Pengaruh Secara Simultan

## 9. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

H1 : Pengaruh pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

H2 : Pengaruh sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

H3 : Pengaruh tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

H4 : Pengaruh omzet penghasilan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

H5 : Pengaruh umur usaha berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

UNIVERSITAS NASIONAL

UNIVERSITAS NASIONAL