

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar Penelitian

2.1.1 Teori Atribusi

Teori atribusi ialah suatu teori yang menjelaskan mengenai bagaimana perilaku diri kita sendiri atau seseorang yang nantinya akan menciptakan sebuah kesan. Kesan yang terbentuk ditentukan oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku orang lain (Maulana & Septiani, 2022). Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti sifat dan kemampuan. Sedangkan faktor eksternal, faktor yang berasal dari luar diri seseorang seperti situasi, tuntutan dan lingkungan yang akan memberikan pengaruh terhadap perilaku seseorang.

Teori atribusi sangat relevan terhadap penelitian ini karena teori tersebut berkaitan dengan bagaimana seseorang melihat dan menilai pajak itu sendiri serta seberapa besar kemauan mereka guna membayarkan pajak kendaraan bermotor setiap tahunnya. Di dalam penelitian ini melibatkan faktor eksternal seperti Sosialisasi Perpajakan, Kualitas pelayanan, dan Sanksi Perpajakan.

2.1.2 Teori Of Planned Behavior

Teori of planned behavior merupakan suatu teori yang mengungkapkan hubungan antara sikap, norma subjektif serta persepsi yang akan mempengaruhi niat perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan (El Wachidah & Andhaniwati, 2024). Kepatuhan kerap dihubungkan dengan perilaku dan niat dari wajib pajak tersebut guna mematuhi peraturan dalam membayarkan pajak serta

akan terjadi sebaliknya jika wajib pajak tidak memiliki niat untuk tertib dan taat dalam melaksanakan pembayaran pajaknya, dengan demikian yang terjadi adalah wajib pajak akan memiliki kecenderungan untuk menunggak, mengelak, dan menghindari pembayaran pajak. Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi niat tersebut, antara lain :

1. Behavioral belief, yaitu keyakinan seseorang atas hasil yang diperoleh dari sebuah perilaku.
2. Normatif belief, yaitu keyakinan seseorang atas harapan normatif individu lain, di mana harapan normatif tersebut membuat individu menjadi ingin mewujudkannya.
3. Control belief ialah keyakinan seseorang akan adanya hal-hal yang dapat menghambat ataupun mendukung perilakunya.

Di dalam penelitian ini, sosialisasi perpajakan dapat membentuk norma subjektif terkait dengan kepatuhan membayar pajak, seperti norma-norma apa yang dipandang sebagai perilaku yang diharapkan oleh masyarakat yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam mematuhi maupun melanggar kewajiban perpajakannya. Kualitas pelayanan serta sanksi perpajakan juga dapat mempengaruhi kontrol perilaku yang dirasakan individu terhadap pembayaran pajak. Jika layanan perpajakan dianggap buruk atau sanksi perpajakan tidak ditegakkan secara konsisten, maka seseorang dapat merasa kurang mampu dalam mematuhi kewajiban perpajakannya.

2.2 Teori Variabel Y dan X

2.2.1 Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Y)

Kepatuhan dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) diambil dari kata patuh yang artinya suka menuruti perintah serta patuh pada peraturan. Berdasarkan pengertian tersebut, kepatuhan wajib pajak merupakan wajib pajak yang melakukan hak serta kewajibannya dengan disiplin berdasarkan aturan serta tata cara dan tidak melanggar hukum (Agustin & Putra, 2019). Kepatuhan wajib pajak sangat penting dikarenakan pendapatan dari pajak kendaraan bermotor merupakan sumber pendapatan bagi pemerintah daerah yang akan digunakan untuk membiayai pembangunan infrastruktur jalan dan transportasi serta berbagai layanan publik lainnya. Apabila wajib pajak patuh dalam membayarkan kewajiban pajaknya secara tepat waktu maka penerimaan negara pun akan menjadi semakin meningkat. Begitu pun sebaliknya, apabila wajib pajak tidak patuh maka penerimaan negara pun akan menjadi semakin menurun.

2.2.2 Sosialisasi Perpajakan (X1)

Sosialisasi perpajakan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan pengetahuan kepada masyarakat khususnya wajib pajak agar dapat memahami segala hal yang berkaitan tentang perpajakan baik peraturan maupun tata cara yang tepat seperti memberi informasi tentang metode pembayaran, contoh penerapan pembayaran pajak, serta menjelaskan mengenai bagaimana cara penggunaan aplikasi atau sistem pembayaran online untuk membayar pajak (Sukesi & Yunaidah, 2019). Kegiatan sosialisasi perpajakan dapat dilakukan oleh lembaga perpajakan atau yang memiliki kepentingan dalam meningkatkan kepatuhan wajib

pajak. Dengan melakukan sosialisasi perpajakan yang efektif, diharapkan masyarakat menjadi lebih sadar akan kewajiban mereka sebagai wajib pajak, sehingga dapat meningkatkan tingkat kepatuhan pajak secara menyeluruh.

2.2.3 Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas pelayanan merupakan tingkat pelayanan yang dapat dilihat dari baik-buruknya layanan yang diberikan oleh petugas pajak (Izza dkk., 2023). Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadikan wajib pajak sadar akan kewajibannya dalam membayar pajak. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti fasilitas dan peralatan fisik yang memadai untuk mendukung pelayanan, menyediakan jasa dalam menguasai bidangnya, daya tanggap terhadap permintaan, pertanyaan dan masalah, kemampuan penyedia layanan untuk dapat menumbuhkan rasa percaya pada wajib pajak serta rasa empati (Wardani & Wulandari, 2023). Apabila wajib pajak menerima layanan dengan sangat baik, maka wajib pajak pun akan melakukan kewajiban perpajakannya dengan baik. Begitupun sebaliknya, apabila kualitas layanan yang diberikan kurang baik maka dapat membuat wajib pajak semakin enggan dalam membayar pajaknya.

2.2.4 Sanksi Perpajakan (X3)

Sanksi perpajakan adalah tindakan berupa hukuman yang diberikan kepada wajib pajak yang melanggar ketentuan dan peraturan undang-undang perpajakan (Sulistyowati dkk., 2021). Dengan adanya sanksi perpajakan dapat mengontrol wajib pajak untuk tetap memenuhi kewajiban pajaknya serta mengurangi tingkat kerugian yang diakibatkan oleh wajib pajak dengan tidak menjalankan kewajiban perpajakannya atau terlambat dalam proses pembayaran pajak (Harlia dkk., 2022).

Dalam undang-undang perpajakan, sanksi perpajakan dibagi menjadi dua yaitu sanksi administrasi dan sanksi pidana. Sanksi administrasi adalah sanksi yang berupa denda serta bunga keterlambatan pembayaran dengan jumlah nominal tertentu berdasarkan jenis pelanggaran yang dilakukan oleh wajib pajak. Sedangkan sanksi pidana adalah sanksi yang berupa kurungan penjara selama kurun waktu tertentu berdasarkan pelanggaran yang dilakukan oleh wajib pajak (Aisyah dkk., 2023)

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan sebuah upaya peneliti dalam mengidentifikasi teori, konsep serta kerangka kerja yang relevan yang telah digunakan dalam penelitian sebelumnya. Berikut ini merupakan penelitian terdahulu yang telah peneliti jadikan acuan :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Hidayat & Maulana (2022)	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kota Tangerang.	Independen : Kesadaran Wajib Pajak (X1), Sanksi Pajak (X2), Kualitas Pelayanan (X3) Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kota Tangerang (Y).	1. Sanksi perpajakan ada pengaruh positif dan signifikan pada kepatuhan wajib pajak di wilayah kota tanggerang, 2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak di wilayah kota tanggerang.

Widajantie & Anwar (2020)	Pengaruh Program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Pajak dan Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.	Independen : Program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor (X1), Kesadaran Wajib Pajak (X2), Sosialisasi Pajak (X3), Pelayanan (X4) Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Y).	1. Sosialisasi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. 2. Pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.
Juliantari <i>et al.</i> (2021)	Pengaruh Sosialisasi Pajak, Sanksi Pajak, Kewajiban Moral, Kualitas Pelayanan, Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Samsat Gianyar.	Independen : Sosialisasi Pajak (X1), Sanksi Pajak (X2), Kewajiban Moral (X3), Kualitas Pelayanan (X4), Kesadaran Wajib Pajak (X5) Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayarkan Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Samsat Gianyar.	1. Sosialisasi dan sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kantor Samsat Gianyar. 2. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kantor Samsat Gianyar.
Efendy & Tipa (2023)	Pengaruh Tingkat Pengetahuan, E-Samsat, Sanksi Pajak dan Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.	Independen : X1 : Tingkat Pengetahuan X2 : E-Samsat X3 : Sanksi Pajak X4 : Pelayanan Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor	Kualitas pelayanan dan sanksi pajak ada pengaruh positif signifikan pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor secara stimulan.
Agustin & Putra	Pengaruh Kualitas	Independen :	1. Sanksi pajak tidak ada pengaruh

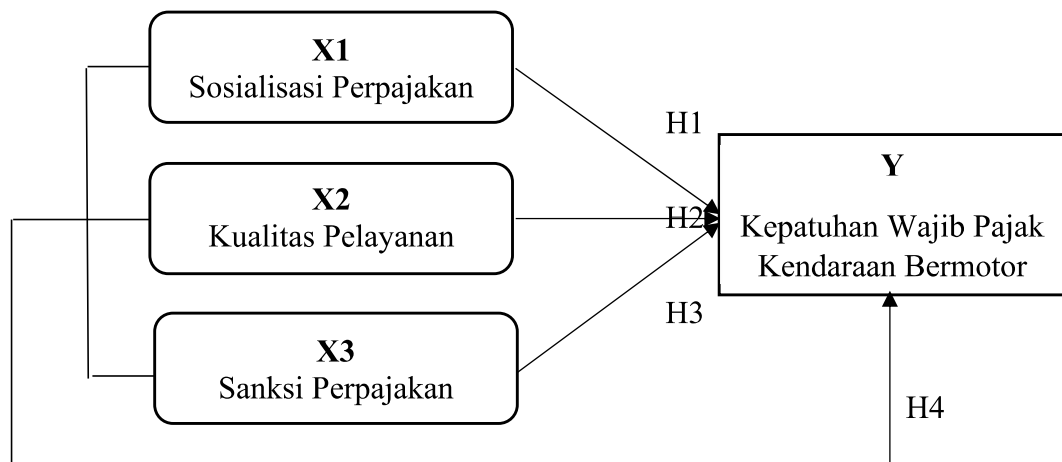
(2019)	Pelayanan, Sanksi Perpajakan, Kesadaran Masyarakat Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Pada Samsat Kota Batam.	<p>X1 : Kesadaran Masyarakat X2 : Sanksi Perpajakan X3 : Kualitas Pelayanan</p> <p>Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayarkan Pajak Kendaraan Bermotor Pada Samsat Kota Batam.</p>	<p>signifikan pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor.</p> <p>2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor.</p>
<i>Izza et al. (2023)</i>	Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak, Sanksi Perpajakan dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten Kediri.	<p>Independen : X1 : Kualitas Pelayanan Pajak X2 : Sanksi Pajak X3 : Pemahaman Perpajakan</p> <p>Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten Kediri.</p>	Secara parsial dan simultan, kualitas pelayanan dan sanksi perpajakan berdampak pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Kediri.
<i>Sulistiyowati et al. (2021)</i>	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.	<p>Independen : X1 : Kesadaran Wajib Pajak X2 : Kualitas Pelayanan X3 : Sanksi Perpajakan X4 : Tingkat Pendidikan</p> <p>Dependen : Kepatuhan Wajib Pajak.</p>	<p>1. Kualitas pelayanan secara parsial dan simultan ada pengaruh pada kepatuhan wajib pajak.</p> <p>2. Sanksi pajak tidak ada pengaruh pada kepatuhan wajib pajak secara parsial, namun ada pengaruh terhadap kepatuhan wajib</p>

			pajak secara stimulant.
Maulana & Septiani (2022)	Pengaruh Sanksi Pajak, Layanan Samsat Keliling, dan E-Samsat Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.	Independen : X1 : Layanan Samsat Keliling X2 : E-Samsat X3 : Sanksi Perpajakan Dependen : Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.	Sanksi pajak tidak ada pengaruh signifikan pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.
Efriyenty (2019)	Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Membayarkan Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Batam.	Independen : X1 : Pemahaman Wajib Pajak X2 : Sanksi Pajak Dependen : Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Batam.	Sanksi pajak secara parsial ada pengaruh signifikan pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi dalam membayarkan pajak kendaraan bermotor di Kota Batam.
Sukesi & Yunaidah (2020)	The Effect Of Socialization, Superior Service and Service Quality On Taxpayer Satisfaction and Compliance	Independen : X1: Socialization X2 : Superior Service X3: Service Quality Dependen : Y : Taxpayer Satisfaction and Compliance	With SEM analysis, the results of the study stated that there were significant direct or indirect effectiveness of superior service products, tax socialization, quality of service to taxpayers' satisfaction and compliance as a mediating variable.

Sumber: Peneliti, 2024

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan kerangka konseptual yang digunakan untuk menyusun dan mengorganisir gagasan serta konsep yang relevan, memberikan konteks dan mengarahkan pengembangan metodologi penelitian. Berikut uraian gambar kerangka pemikiran pada penelitian ini :



Sumber : Peneliti,2024

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari kata “hypo” yang berarti sebelum dan “thesis” yang berarti pernyataan atau pendapat. Maka dapat diartikan hipotesis sebagai suatu pernyataan yang pada waktu diungkapkan belum diketahui kebenarannya. Hipotesis umumnya dirumuskan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang akan diteliti (Machali, 2021).

2.5.1 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Sosialisasi perpajakan perlu dilaksanakan secara optimal agar pentingnya melakukan pembayaran pajak dapat dipahami oleh wajib pajak serta paham akan

aturan pajak yang berlaku. Apabila sosialisasi perpajakan ini tidak dilaksanakan dengan optimal, maka wajib pajak akan lebih sedikit menerima informasi dan menimbulkan ketidakpatuhan akibat kurangnya pemahaman wajib pajak. Berdasarkan hasil penelitian (Ayu Juliantari dkk., 2021) menunjukkan bahwasanya Sosialisasi Perpajakan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis merumuskan hipotesis pertama :

H1 : Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

2.5.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Kualitas perpajakan perlu ditingkatkan sebagai bentuk kewajiban instansi pemerintah khususnya kantor samsat. Apabila masyarakat merasakan kepuasan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, maka wajib pajak pun akan merasa senang dalam membayar pajak. Kemudahan dalam membayar pajak juga sangat dibutuhkan masyarakat supaya mampu memaksimalkan kepatuhan masyarakat dalam membayarkan pajak. Berdasarkan hasil penelitian (Hidayat & Maulana, 2022), (Widajantie & Anwar, 2020), (Izza dkk., 2023), (Sulistiyowati dkk., 2021), (Agustin & Putra, 2019), (Efendy & Tipa, 2023), menunjukkan bahwasanya Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis merumuskan hipotesis kedua :

H2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

2.5.3 Pengaruh Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Sanksi dapat diartikan sebagai mendidik, menghukum serta memiliki tujuan untuk membuat wajib pajak tidak mengulangi kesalahan yang sama. Dengan adanya sanksi perpajakan maka dapat memberikan efek jera maupun rasa takut sehingga kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dapat meningkat. Berdasarkan hasil penelitian (Ayu Juliantari dkk., 2021), (Hidayat & Maulana, 2022), (Izza dkk., 2023), (Efendy & Tipa, 2023), (Efriyenty, 2019) menunjukkan bahwasanya Sanksi Perpajakan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis merumuskan rumusan hipotesis ketiga:
H3 : Sanksi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

2.5.4 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan bermotor

Dengan melakukan sosialisasi perpajakan yang efektif, diharapkan masyarakat menjadi lebih sadar akan kewajiban mereka sebagai wajib pajak, sehingga dapat meningkatkan tingkat kepatuhan pajak secara menyeluruh. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan terhadap wajib pajak sehingga dapat mendorong wajib pajak patuh dalam membayar kewajiban perpajakannya. Sanksi perpajakan ialah sebuah tindakan yang dikenakan terhadap wajib pajak yang

berkaitan dengan pajak yang dengan sengaja ataupun tidak sengaja melakukan suatu pelanggaran. Sanksi perpajakan ini akan memberi efek jera kepada wajib pajak. Dengan demikian tiga faktor ini diharapkan mampu memaksimalkan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Dari penelitian yang dilaksanakan oleh (Ayu Juliantari dkk., 2021) menyatakan bahwa secara simultan Sanksi Pajak, Kualitas Pelayanan, Sosialisasi Pajak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis merumuskan hipotesis keempat :

H4 : Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan dan Sanksi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Batam.