

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Bab ini akan membahas beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan, seperti menjelaskan pengaruh sosialisasi perpajakan, insentif pajak, dan sanksi perpajakan atas kepatuhan dan kepercayaan wajib pajak terhadap lembaga pajak sebagai variabel moderasi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Fazriputri et al., 2021) Studi ini menyelidiki bagaimana sosialisasi dan pemahaman insentif pajak berdampak pada kepatuhan Wajib Pajak. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah Wajib Pajak pemilik UMKM di Kota Bekasi. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah 108 responden Wajib Pajak UMKM di Kota Bekasi, dan metode analisis datanya adalah Partial Least Square (PLS). Pengujian menunjukkan bahwa sosialisasi insentif pajak meningkatkan kepatuhan wajib pajak, pemahaman insentif pajak meningkatkan kepatuhan wajib pajak, dan sosialisasi insentif pajak meningkatkan pemahaman insentif pajak.

(Sumba Wirawan et al., 2024) Penelitian insentif pajak dapat mendorong wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah untuk mematuhi kewajiban perpajakan dan memanfaatkan insentif. Penerapan insentif pajak dapat mengurangi beban pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah, sehingga mereka cenderung lebih patuh dalam memenuhi kewajiban mereka dan memanfaatkan insentif pajak yang telah mereka terima. Penelitian ini menganalisis wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah di Kota Denpasar, dengan sampel

100 wajib pajak. Random sampling simple digunakan untuk menentukan sampel, dan rumus Slovin digunakan untuk melakukannya. Penelitian menunjukkan bahwa insentif pajak memengaruhi kepatuhan wajib pajak perusahaan mikro, kecil, dan menengah.

Penelitian (Nustini & Ahmad Afianto, 2017) ini mencoba menggali faktor penentu kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Faktor-faktor penentu yang akan dimasukkan dalam penelitian ini terdiri dari sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan fiskus, dan biaya kepatuhan, dengan sanksi perpajakan sebagai variabel pemoderasi hubungan antara dua variabel independen yaitu sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan fiskus dengan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Penelitian ini dilakukan di kantor SAMSAT di wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang meliputi kantor SAMSAT Kabupaten Sleman, Bantul, Gunungkidul, Kulon Progo, dan Kota Yogyakarta. Populasi penelitian ini adalah wajib pajak kendaraan bermotor di Provinsi DIY. Metode accidental sampling digunakan untuk mendistribusikan kuesioner kepada masyarakat yang datang ke kantor SAMSAT untuk membayar pajak kendaraan. Jumlah sampel adalah 200 orang. Kuesioner didesain dalam jumlah genap dengan skala 4 Lickert. Alat statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah SPSS versi 17. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi pajak dan biaya kepatuhan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Penelitian ini membuktikan bahwa sanksi pajak memoderasi hubungan antara sosialisasi pajak dengan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dengan efek moderasi sedang (hasil uji effect size).

(Betu & Mulyani, 2020) Tujuan penelitian ini adalah untuk memeriksa pengaruh kepercayaan timbal balik dan kekuatan otoritas pajak terhadap tingkat kepatuhan pajak dengan kepatuhan pajak sukarela sebagai variabel moderasi. Sebanyak 106 orang yang disurvei dalam penelitian ini adalah wajib pajak operasional di wilayah DKI Jakarta. Data awal dikumpulkan melalui kuesioner. Model Persamaan Struktural (SEM) digunakan untuk menganalisis data. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kepercayaan timbal balik dan kekuatan otoritas pajak berdampak positif terhadap tingkat kepatuhan pajak. Di sisi lain, kepatuhan pajak sukarela tidak terbukti berdampak lebih besar pada kepercayaan timbal balik dan kekuatan otoritas pajak terhadap tingkat kepatuhan pajak.

(Safitri, 2017) Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran wajib pajak dan persepsi korupsi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, dengan kepercayaan masyarakat sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sunter, Jakarta Utara. Variabel dependen yang digunakan adalah kepatuhan wajib pajak orang pribadi, sedangkan variabel independennya meliputi kesadaran wajib pajak dan persepsi korupsi pajak. Kepercayaan masyarakat digunakan sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sunter, Jakarta Utara. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada wajib pajak orang pribadi di kantor tersebut. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria tertentu, menghasilkan 93 responden. Pengujian data dilakukan menggunakan regresi berganda dan uji moderasi dengan aplikasi Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan

terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan persepsi korupsi pajak memiliki pengaruh signifikan. Kepercayaan masyarakat tidak mampu memoderasi hubungan antara kesadaran wajib pajak dengan kepatuhan wajib pajak maupun antara persepsi korupsi pajak dan kepatuhan wajib pajak, tetapi berpengaruh dalam memoderasi kepatuhan wajib pajak secara umum.

(Irawan, 2020) Tujuan dari tulisan ini adalah untuk menentukan apakah persepsi wajib pajak terhadap korupsi pajak yang terjadi di Indonesia, serta persepsi terhadap keadilan sistem perpajakan, berdampak pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar kewajiban pajak mereka. persepsi keadilan sistem perpajakan dan korupsi pajak dapat berpengaruh. Karena wajib pajak memiliki persepsi yang baik terhadap pemerintah, dalam hal ini fiskus, maka kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat. Ini menunjukkan bahwa kepercayaan adalah faktor utama yang dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak, karena ketika wajib pajak percaya kepada fiskus, penerimaan pajak akan meningkat karena banyaknya wajib pajak yang membayar pajak mereka. Namun, jika seseorang tidak membayar pajak yang mereka bayarkan, kepercayaan tersebut akan hilang.

(Mohamad Danand Giswa & Indira Januarti, 2015) Studi menunjukkan bahwa keadilan prosedural berdampak langsung negatif terhadap kepatuhan wajib pajak, tetapi berdampak tidak langsung positif melalui variabel mediator norma personal. Selain itu, variabel moderator kepercayaan terhadap otoritas pajak dapat meningkatkan efek keadilan prosedural terhadap kepatuhan wajib pajak.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Theory of Planned Behaviour (TPB)

Menurut Teori Perilaku Terencana (TPB) adalah sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku berkontribusi pada pembentukan perilaku seseorang. Teori ini menunjukkan bahwa individu perlu mempertimbangkan niat atau konsekuensi dari tindakan mereka sebelum bertindak (Siqueira et al., 2022). Sedangkan menurut (Wulandari, 2016) karena niat untuk bertindak, tiga faktor mempengaruhi niat seseorang:

1. keyakinan perilaku, yaitu keyakinan individu tentang hasil suatu perilaku dan evaluasi hasil tersebut. Keyakinan perilaku pada awalnya akan menghasilkan sikap terhadap perilaku positif atau negatif. Keyakinan ini berperan penting dalam menentukan niat dan perilaku individu. Keyakinan perilaku biasanya dibentuk oleh pengalaman pribadi, informasi yang diterima dari lingkungan, serta observasi terhadap tindakan dan hasil yang dialami oleh orang lain.
2. Keyakinan normatif, adalah keyakinan tentang dorongan atau motivasi yang berasal dari luar individu atau seseorang dapat mempengaruhi perilakunya. Keyakinan ini berkaitan dengan norma-norma sosial yang memengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.
3. keyakinan Control, adalah keyakinan tentang adanya hal-hal internal atau eksternal yang mendukung atau justru menghambat perilaku yang akan ditampilkan oleh individu. Keyakinan ini terkait dengan sejauh mana seseorang merasa memiliki kontrol atas tindakan tertentu.

2.2.2 Attribution Theory

Teori kontribusi membahas bagaimana perilaku seseorang atau kita sendiri membentuk kesan. Kesan yang dibentuk dianggap sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku orang lain (Nustini & Ahmad Afianto, 2017). Teori Atribusi, adalah teori psikologi sosial yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana orang menginterpretasikan peristiwa dan bagaimana interpretasi tersebut memengaruhi perilaku dan pemikiran mereka. Harold Kelley dan Bernard Weiner mengembangkan teori ini setelah Fritz Heider mengemukakannya pada tahun 1958. Teori kontribusi berpusat pada cara orang membuat atribusi atau pemahaman tentang apa yang menyebabkan perilaku mereka sendiri dan perilaku orang lain. Faktor internal dan eksternal mempengaruhi perilaku seseorang. Faktor internal mencakup sikap yang berasal dari luar diri seseorang, seperti sifat kepribadian, motivasi, atau kemampuan. Sebaliknya, faktor eksternal mencakup sikap yang berasal dari luar diri seseorang, seperti peralatan atau pengaruh sosial. Teori atribusi dapat digunakan untuk melakukan pendekatan yang dapat menjadi dasar dalam memahami hubungan antara persepsi dan perilaku. Teori ini menjelaskan bahwa seseorang akan menganalisis mengapa suatu peristiwa terjadi dan hasil analisis ini, yang kemudian dapat mempengaruhi perilaku mereka saat mendatan (Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, 2020).

2.2.3 Definisi pajak

Menurut "Undang-undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009," pajak didefinisikan sebagai kontribusi wajib yang harus dilakukan oleh wajib pajak sesuai dengan keijakan yang berlaku dan sesuai dengan negara.

Pajak adalah kontribusi wajib yang dikenakan oleh pemerintah kepada individu atau badan usaha tanpa imbalan langsung yang diterima oleh pembayar pajak. Pajak digunakan untuk membiayai berbagai keperluan publik seperti infrastruktur, pendidikan, kesehatan, dan keamanan, serta untuk menjaga stabilitas ekonomi dan menjalankan fungsi-fungsi pemerintah lainnya.

Karakter Pajak

- A. Kontribusi Wajib: Pajak adalah kewajiban yang harus dibayar oleh individu atau perusahaan. Tidak membayar pajak dapat mengakibatkan sanksi hukum.
- B. Tanpa Imbalan Langsung: Pembayar pajak tidak menerima imbalan langsung dari pembayaran pajak; sebaliknya, manfaat pajak dirasakan secara tidak langsung melalui penyediaan barang dan jasa kepada masyarakat.
- C. Dipungut oleh Pemerintah: Sesuai dengan undang-undang yang berlaku, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah membayar pajak. Pemerintah mendapatkan sebagian besar pendapatannya dari pajak.

D. Berdasarkan Undang-Undang: Undang-undang menetapkan jenis, tarif, dan prosedur pembayaran pajak untuk memastikan pemungutan pajak yang adil dan transparan.

2.2.4 Fungsi Pajak

Pajak memiliki beberapa fungsi yang esensial dalam sistem keuangan dan ekonomi suatu negara. Pajak mempunyai dua peran utama menurut (Y. K. W. Putri & Setiawati, 2021)(Ummah, 2019).

1. Fungsi Budgetair

Fungsi budgetair mengacu pada peran pajak sebagai sumber utama pendapatan negara yang digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah. Melalui penerimaan pajak, pemerintah dapat mengalokasikan dana untuk berbagai kebutuhan, seperti infrastruktur, pendidikan, kesehatan, pertahanan, dan layanan publik lainnya. Fungsi ini menekankan pentingnya pajak dalam mendukung operasi dan pembangunan negara secara keseluruhan.

2. Fungsi Regulerend

Fungsi regulerend mengacu pada peran pajak dalam mengatur dan mengarahkan kebijakan pemerintah di bidang sosial dan ekonomi. Pajak digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, seperti mengurangi kesenjangan ekonomi, mengendalikan inflasi, mendorong investasi, serta mempromosikan kesejahteraan sosial. Melalui kebijakan perpajakan, pemerintah dapat memberikan insentif atau disinsentif untuk

mempengaruhi perilaku masyarakat dan dunia usaha agar selaras dengan tujuan pembangunan nasional.

Sementara itu, menurut (Tindagi & Morasa, 2014) menyatakan bahwa ada empat fungsi pajak sebagai berikut:

1. Fungsi Budgetair

Fungsi ini terletak di sektor publik, yaitu mengumpulkan uang pajak sesuai dengan undang-undang yang berlaku untuk membiayai pengeluaran negara.

2. Fungsi Regulerend

Pajak memiliki fungsi mengatur, yaitu sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi, serta untuk mencapai tujuan tertentu di luar bidang keuangan.

3. Fungsi Demokrasi

Ini adalah representasi atau bentuk sistem gotong-royong, yang mencakup tindakan pemerintah dan pembangunan.

4. Fungsi Redistribusi

Ini adalah fungsi yang lebih menekankan aspek keadilan dan pemerataan dalam masyarakat.

2.2.5 Jenis-Jenis Pajak

Pengelompokkan pajak di Indonesia dapat dibedakan berdasarkan beberapa kriteria, yaitu menurut golongan, sifat, dan lembaga pemungutnya.

1. Pengelompokkan Pajak Menurut Golongan

A. Pajak Langsung

Pajak yang harus ditanggung sendiri oleh wajib pajak dan tidak dapat dialihkan kepada pihak lain. Pajak ini dikenakan secara periodik berdasarkan objek pajak yang dimiliki atau penghasilan yang diterima. Seperti Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB).

B. Pajak Tidak Langsung

Pajak yang beban pembayarannya dapat dialihkan atau diteruskan kepada pihak lain. Pajak ini dikenakan atas peristiwa atau transaksi tertentu. Seperti Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM).

2. Pengelompokan Pajak Menurut Sifat

A. Pajak Subjektif

pajak yang pemungutannya memperhatikan kondisi subjektif wajib pajak, yaitu keadaan atau kondisi pribadi wajib pajak, seperti penghasilan, status keluarga, dan tanggungan yang dimiliki. Dalam sistem perpajakan subjektif, perhatian lebih diberikan pada kemampuan membayar pajak dari wajib pajak, sehingga pajak ini sering dianggap lebih adil karena memperhitungkan kemampuan ekonomi masing-masing individu atau badan.

B. Pajak Objektif

pajak yang pemungutannya didasarkan pada objek yang dikenakan pajak tanpa memperhatikan kondisi subjektif atau keadaan pribadi wajib pajak. Dalam sistem perpajakan objektif, fokus utama adalah pada sifat dan

nilai objek yang dikenakan pajak, bukan pada kondisi ekonomi atau status pribadi wajib pajak.

3. Pengelompokkan Pajak Menurut Lembaga Pemungut

A. Pajak Pusat

pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat melalui Direktorat Jenderal Pajak (DJP) yang berada di bawah Kementerian Keuangan. Pajak ini digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah pusat, termasuk pembangunan nasional, penyediaan layanan publik, dan kegiatan-kegiatan pemerintahan lainnya.

Pajak Pusat di Indonesia:

1. Pajak Penghasilan (PPh)

- a. PPh Pasal 21: Pajak yang dikenakan atas penghasilan berupa gaji, upah, honorarium, tunjangan, dan pembayaran lain sehubungan dengan pekerjaan, jasa, atau kegiatan yang diterima oleh orang pribadi.
- b. PPh Pasal 22: Pajak yang dikenakan pada badan usaha tertentu atas kegiatan impor atau kegiatan usaha di bidang lain.
- c. PPh Pasal 23: Pajak yang dikenakan atas penghasilan berupa dividen, bunga, royalti, hadiah, dan sewa serta penghasilan lain sehubungan dengan penggunaan harta.
- d. PPh Pasal 25: Angsuran pajak yang dibayar setiap bulan sebagai kredit pajak dari PPh tahunan.

e. PPh Pasal 29: Pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak apabila pajak yang terutang untuk suatu tahun pajak lebih besar daripada kredit pajak yang telah dibayar.

2. Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Pajak yang dikenakan atas setiap transaksi jual beli barang dan jasa yang terjadi di dalam negeri. PPN dikenakan pada setiap tahap produksi dan distribusi dan akhirnya dibayar oleh konsumen akhir

3. Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM)

Pajak yang dikenakan atas penjualan barang-barang yang tergolong mewah, seperti mobil mewah, perhiasan, dan barang lainnya yang dianggap sebagai barang mewah.

4. Bea Materai

Pajak yang dikenakan atas dokumen yang memiliki nilai hukum atau digunakan sebagai alat bukti di muka pengadilan, seperti surat perjanjian, kwitansi, dan akta notaris.

5. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB)

Pajak yang dikenakan atas perolehan hak atas tanah dan bangunan, termasuk melalui pembelian, hibah, tukar-menukar, atau warisan.

B. Pajak Daerah

pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah, baik pemerintah provinsi maupun pemerintah kabupaten/kota. Pajak ini digunakan untuk membiayai pengeluaran dan pembangunan di wilayah daerah tersebut.

Pajak daerah membantu pemerintah daerah dalam meningkatkan

pelayanan publik, pembangunan infrastruktur, dan kesejahteraan masyarakat setempat.

Jenis-Jenis Pajak Daerah

1. Pajak Provinsi

Pajak yang dipungut oleh pemerintah provinsi dan digunakan untuk kepentingan pembangunan dan pelayanan di tingkat provinsi.

a. Pajak Kendaraan Bermotor (PKB):

Pajak yang dikenakan atas kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor.

b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB):

Pajak yang dikenakan atas penyerahan hak kepemilikan kendaraan bermotor, baik baru maupun bekas.

c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (PBBKB):

Pajak yang dikenakan atas bahan bakar kendaraan bermotor.

d. Pajak Air Permukaan:

Pajak yang dikenakan atas penggunaan air permukaan.

e. Pajak Rokok:

Pajak yang dikenakan atas konsumen rokok.

2. Pajak Kabupaten/Kota

Pajak yang dipungut oleh pemerintah kabupaten/kota dan digunakan untuk kepentingan pembangunan dan pelayanan di tingkat kabupaten/kota.

a. Pajak Hotel:

Pajak yang dikenakan atas pelayanan yang disediakan oleh hotel, termasuk penginapan, makanan, dan fasilitas lain yang berkaitan.

b. Pajak Restoran:

Pajak yang dikenakan atas pelayanan yang disediakan oleh restoran, termasuk makanan dan minuman.

c. Pajak Hiburan:

Pajak yang dikenakan atas penyelenggaraan hiburan, seperti bioskop, konser, dan pertunjukan seni.

2.2.6 Sistem Pemungutan Pajak

metode atau cara yang digunakan oleh pemerintah untuk mengumpulkan pajak dari wajib pajak. Setiap negara memiliki sistem pemungutan pajak yang berbeda-beda, tergantung pada kebijakan dan peraturan yang berlaku. Di Indonesia, sistem pemungutan pajak dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis berdasarkan cara pengumpulan dan waktu pemungutannya.

1. **Official Assessment System:**

Dalam sistem ini, pihak otoritas pajak (Direktorat Jenderal Pajak) yang menghitung, menetapkan, dan menentukan jumlah pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak. Wajib pajak menerima surat ketetapan pajak dari otoritas pajak dan membayar sesuai dengan jumlah yang tertera

2. **Self Assessment System:**

Dalam sistem ini, wajib pajak diberikan kepercayaan untuk menghitung, memperhitungkan, menyetorkan, dan melaporkan sendiri pajak yang terutang. Wajib pajak mengisi Surat Pemberitahuan (SPT) dan melaporkan kepada otoritas pajak. Sistem ini menuntut wajib pajak untuk jujur dan patuh terhadap peraturan perpajakan

3. **Withholding System:**

Dalam sistem ini, pihak ketiga (biasanya pemberi kerja atau pihak yang melakukan pembayaran) diberi tanggung jawab untuk memotong dan menyetorkan pajak atas penghasilan yang dibayarkan kepada wajib pajak. Pihak ketiga tersebut juga harus melaporkan pemotongan tersebut kepada otoritas pajak

2.2.7 Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi adalah proses di mana orang secara selektif memperoleh nilai-nilai dan sikap, minat, keterampilan dan pengetahuan singkatnya, budaya dalam kelompok di mana mereka berada, atau berusaha untuk menjadi anggota yang sangat penting dalam mempengaruhi perilaku (Sumba Wirawan et al., 2024). Informasi tentang peraturan pajak diberikan kepada masyarakat melalui proses sosialisasi pajak. Sosialisasi pajak yang efektif dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak, mengurangi ketidakpastian pajak, dan mengurangi kesalahan pelaporan pajak. Ini dapat meningkatkan penerimaan negara dari sektor perpajakan dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

2.2.8 Insentif Pajak

Penawaran oleh pemerintah untuk suatu tujuan tertentu melalui manfaat pajak, seperti pembiayaan untuk tujuan yang baik,, dinamakan insentif pajak. Menurut (Safrina et al., 2020) Insentif pajak dengan tujuan memberikan rangsangan atau keringanan. Insentif pajak bukan untuk maksud menghasilkan pendapatan pemerintah saja, tetapi melainkan memberikan dorongan ke arah perkembangan ekonomi, dalam bidang

tertentu. Insentif pajak adalah kebijakan yang dibuat oleh pemerintah untuk memberikan keringanan atau kemudahan pajak kepada individu atau badan usaha tertentu untuk mendorong kegiatan ekonomi, meningkatkan investasi, atau mencapai tujuan sosial lainnya. Insentif pajak dapat berupa tarif pajak yang lebih rendah, pembebasan pajak, penundaan pembayaran pajak, atau jenis keringanan pajak lainnya.

2.2.9 Sanksi Perpajakan

Sanksi pajak adalah suatu proses interpretasi yang dilakukan oleh wajib pajak, dimana mereka mencoba menginterpretasikan beberapa informasi yang diperoleh dari berbagai sumber tentang sanksi perpajakan. Sanksi perpajakan dibagi menjadi dua bagian, yaitu sanksi administrasi dan sanksi pidana berupa kurungan (Solihat et al., 2024).

2.2.10 Kepercayaan Kepada Lembaga Pajak

Membangun kepercayaan dalam jangka panjang dengan pelanggan adalah faktor yang penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Kepercayaan tidak begitu saja dapat diakui pihak lain atau mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan (Mukhsin, 2020). Kepercayaan adalah persepsi pihak tertentu pada pihak lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan keyakinan bahwa orang yang dipercayai dapat diharapkan. Ketika konsumen percaya pada perusahaan, mereka akan melakukan pembelian ulang dan membagi informasi berharga kepada perusahaan (Putri, R. A., 2024).

2.2.11 Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut (Hadianto et al., 2024)) kepatuhan wajib pajak berarti bahwa wajib pajak memiliki kesediaan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan yang berlaku tanpa perlu mengalami penilaian, investigasi menyeluruh, peringatan, atau ancaman penerapan sanksi hukum dan administrasi. Kepatuhan bisa didefinisikan sebagai tunduk atau patuh terhadap peraturan yang berlaku (Kharisma & Pratiwi, 2021).

2.3 Hipotesis penelitian

2.3.1 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sosialisasi perpajakan, yang meliputi pemahaman dan pembinaan wajib pajak, merupakan strategi penting Direktorat Jenderal Pajak untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan perpajakan (Ninda Sarasati Hidayat & Dewayanto, 2024). Dengan mensosialisasikan pentingnya membayar pajak melalui berbagai media dan konseling, sosialisasi dapat memengaruhi sikap, norma subjektif, dan pengendalian diri wajib pajak sesuai dengan Teori Perilaku Terencana, yang pada gilirannya meningkatkan kepatuhan mereka terhadap kewajiban pajak (Simaremare & Siagian, 2023). Ini sejalan dengan temuan para peneliti, (Suryo & Arifin, 2024), (Siti Nuralia Pauji, 2020), (Octavianny et al., 2021), (Wardani & Wati, 2018) Mereka menemukan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki efek positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Berbagai bentuk sosialisasi membantu wajib pajak memahami tanggung jawab mereka dan konsekuensi dari tidak mematuhi peraturan pajak. Edukasi terus-menerus tentang keuntungan pajak bagi pembangunan negara juga dapat meningkatkan keinginan wajib pajak untuk mematuhi. Selain itu, sosialisasi yang efektif melibatkan penyebaran informasi tentang perubahan undang-undang perpajakan yang dapat memengaruhi perhitungan dan pembayaran pajak.

Selain itu, telah terbukti bahwa penggunaan teknologi informasi dalam sosialisasi perpajakan, termasuk aplikasi perpajakan, situs web resmi, dan media sosial, berhasil menjangkau lebih banyak wajib pajak dan memberikan informasi yang lebih mudah diakses. Metode ini tidak hanya meningkatkan kepatuhan tetapi juga memperbaiki hubungan antara petugas pajak dan wajib pajak, yang menghasilkan lingkungan yang lebih jelas dan adil.

H1: Sosialisasi pajak berdampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak

2.3.2 Pengaruh Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pengaruh manfaat pajak terhadap kepatuhan wajib pajak: Peningkatan manfaat pajak yang terkait dengan aktivitas tertentu meningkatkan kepatuhan wajib pajak terhadap aktivitas tersebut. Hal ini dapat dijelaskan dengan mempertimbangkan teori perilaku terencana. Menurut teori ini, peningkatan insentif pajak dapat memengaruhi sikap, norma subjektif, dan pengendalian diri wajib pajak terhadap

perilaku kepatuhan pajak mereka (Rahmi Oktavia et al., 2022). Oleh karena itu, insentif pajak dapat menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan pajak bagi wajib pajak (Hardiningsih & Yulianawati, 2011). Hal ini sejalan dengan para peneliti (Andreansyah & Farina, 2022)(Sumba Wirawan et al., 2024), yang menyatakan bahwa insentif pajak meningkatkan kepatuhan terhadap wajib pajak. Manfaat pajak, seperti pengurangan tarif pajak, keringanan pajak, atau penghapusan denda, memberikan motivasi tambahan bagi wajib pajak untuk memenuhi kewajiban mereka. Insentif ini dapat mendorong perilaku positif dan mengurangi resistensi terhadap pembayaran pajak karena wajib pajak merasa mendapatkan keuntungan langsung dari kepatuhan mereka.

Oleh karena itu, kebijakan perpajakan yang memberikan manfaat langsung kepada wajib pajak tidak hanya meningkatkan kepatuhan pajak tetapi juga memastikan sistem perpajakan yang konsisten dan adil.

H2 : Insentif pajak meningkatkan kepatuhan wajib pajak

2.3.3 Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sanksi pajak digunakan oleh pemerintah untuk memantau wajib pajak agar mematuhi peraturan perpajakan yang ditetapkan. Sanksi dimaksudkan untuk memaksa wajib pajak memenuhi kewajibannya sebagai pembalasan atas pelanggaran. Teori Perilaku Terencana dapat menjelaskan hal ini, di mana sanksi pajak dapat mempengaruhi norma subjektif dan pengendalian diri yang dirasakan oleh wajib pajak

terhadap perilaku kepatuhan pajak. Dengan meningkatnya keketatan sanksi, wajib pajak cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan dan merasa lebih kuat pengendalian diri untuk mematuhi undang-undang perpajakan. Oleh karena itu, sanksi pajak dapat menjadi faktor utama untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Siamena et al., 2017). (Y. Mianti & Budiwitjaksono, 2021),(Tri Wahyuningsih, 2019),(Imania & Sapari, 2023) Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak terhadap kewajiban pajak meningkat seiring dengan sanksi pajak yang semakin berat.

H3 : Sanksi pajak berdampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

2.3.4 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kepercayaan Kepada Lembaga Pajak sebagai variabel moderasi

Kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga pajak cenderung memperkuat efektivitas sosialisasi perpajakan karena wajib pajak lebih cenderung terlibat dalam sosialisasi perpajakan dan lebih reseptif terhadap informasi dan pesan yang disampaikan oleh lembaga pajak. Sebaliknya, kepercayaan yang rendah dapat menghambat efektivitas sosialisasi pajak, karena wajib pajak dapat menolak atau mengabaikan informasi yang disampaikan. Oleh karena itu, kepercayaan pada lembaga pajak dapat bertindak sebagai faktor mediasi antara kepatuhan pajak dan sosialisasi perpajakan. Semakin

tinggi kepercayaan wajib pajak terhadap lembaga pajak, maka sosialisasi perpajakan akan semakin efektif, yang berarti tingkat kepatuhan wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya akan meningkat (Yuliansyah et al., 2019). Hal ini sejalan dengan temuan peneliti (Y. F. Mianti & Budiwitjaksono, 2021) yang menyatakan bahwa kepatuhan wajib pajak ditingkatkan dengan sosialisasi pajak melalui kepercayaan.

Kepercayaan yang tinggi pada lembaga pajak juga menciptakan iklim yang kondusif untuk dialog antara wajib pajak dan otoritas pajak, sehingga memungkinkan adanya umpan balik yang konstruktif dan penyelesaian masalah yang lebih efektif. Wajib pajak yang percaya pada integritas dan transparansi lembaga pajak cenderung lebih bersedia untuk mematuhi peraturan dan berpartisipasi dalam program-program sosialisasi yang diselenggarakan.

Selain itu, kepercayaan wajib pajak terhadap lembaga pajak dapat memotivasi mereka untuk menjadi agen perubahan di komunitas mereka, menyebarkan informasi yang benar tentang kewajiban perpajakan dan pentingnya kepatuhan pajak. Ini akan memperluas jangkauan dan dampak dari sosialisasi perpajakan, serta meningkatkan budaya kepatuhan pajak secara keseluruhan.

Dengan demikian, kepercayaan pada lembaga pajak tidak hanya memperkuat efektivitas sosialisasi perpajakan tetapi juga

berkontribusi pada peningkatan tingkat kepatuhan wajib pajak melalui mekanisme mediasi yang positif.

H4: Kepercayaan pada Lembaga Pajak Memperkuat Sosialisasi Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak

2.3.5 Pengaruh Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kepercayaan Kepada Lembaga Pajak sebagai variabel moderasi

Jika orang percaya bahwa lembaga pajak akan melakukan pekerjaan mereka secara adil dan transparan, wajib pajak lebih cenderung menerima dan mematuhi insentif pajak. Di sisi lain, jika wajib pajak tidak mempercayai lembaga pajak, insentif pajak mungkin tidak berhasil. mungkin meragukan motivasi atau integritas insentif yang ditawarkan. Oleh karena itu, kepercayaan pada lembaga pajak dapat bertindak sebagai faktor mediasi antara insentif pajak dan kepatuhan wajib pajak. Semakin banyak kepercayaan wajib pajak terhadap lembaga pajak, semakin baik insentif pajak mendorong mereka untuk memenuhi kewajiban pajak mereka (Hygi Prihastuti et al., 2023). Hal ini sejalan dengan peneliti (Rizal, 2022),(Sari et al., 2022) Kepercayaan pada otoritas pajak akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui insentif pajak.

Kepercayaan yang tinggi pada lembaga pajak juga memastikan bahwa wajib pajak tidak hanya melihat insentif pajak sebagai sekadar keringanan finansial, tetapi juga sebagai bagian dari sistem yang adil dan transparan yang mendukung kesejahteraan

bersama. Wajib pajak yang percaya pada otoritas pajak cenderung melihat insentif pajak sebagai kesempatan untuk berkontribusi lebih efektif terhadap pembangunan negara, dan mereka lebih mungkin untuk mematuhi peraturan pajak yang ada.

Selain itu, komunikasi yang jujur dan terbuka dari lembaga pajak mengenai tujuan dan manfaat dari insentif pajak dapat memperkuat kepercayaan wajib pajak. Transparansi dalam pelaksanaan kebijakan insentif pajak dapat mengurangi kecurigaan dan meningkatkan partisipasi aktif wajib pajak dalam program-program insentif.

Dengan demikian, kepercayaan pada lembaga pajak tidak hanya memediasi hubungan antara insentif pajak dan kepatuhan wajib pajak tetapi juga memperkuat dampak positif dari insentif tersebut. Wajib pajak yang percaya pada integritas lembaga pajak akan lebih responsif terhadap insentif pajak dan lebih berkomitmen untuk memenuhi kewajiban pajak mereka.

H5: Kepercayaan pada lembaga pajak memiliki efek meningkatkan kepatuhan pajak melalui insentif pajak

2.3.6 Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kepercayaan Kepada Lembaga Pajak sebagai variabel moderasi

Ketika wajib pajak memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga perpajakan, efektivitas sanksi pajak cenderung menguat, meyakini bahwa sanksi tersebut dijatuhkan secara adil dan sesuai

dengan peraturan yang berlaku (Sari et al., 2022). Sebaliknya, kepercayaan yang rendah dapat mengurangi efektivitas sanksi pajak, karena wajib pajak mungkin meragukan integritas dan keberlakuan sanksi yang dikenakan oleh lembaga pajak. Oleh karena itu, kepercayaan terhadap lembaga pajak dapat bertindak sebagai faktor mediasi antara sanksi pajak dan kepatuhan wajib pajak. Semakin banyak kepercayaan wajib pajak terhadap lembaga pajak, semakin efektif sanksi pajak dalam mendorong mereka untuk memenuhi kewajiban perpajakannya.

Wajib pajak yang percaya bahwa sanksi pajak diterapkan secara adil akan lebih cenderung melihat sanksi sebagai konsekuensi yang wajar dari ketidakpatuhan dan sebagai pendorong untuk memperbaiki perilaku mereka. Kepercayaan ini juga mengurangi kemungkinan wajib pajak menganggap sanksi sebagai bentuk ketidakadilan atau penyalahgunaan kekuasaan.

Selain itu, kepercayaan pada lembaga pajak membuat wajib pajak lebih mungkin untuk mematuhi peraturan bahkan sebelum sanksi diterapkan, karena mereka menganggap aturan perpajakan sebagai bagian dari sistem yang adil dan berfungsi dengan baik. Ini memperkuat efek pencegahan dari sanksi pajak, karena wajib pajak yang patuh akan cenderung menghindari perilaku yang dapat menyebabkan sanksi.

Komunikasi yang transparan dan akuntabel dari lembaga pajak mengenai prosedur dan penerapan sanksi juga memainkan

peran penting dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan wajib pajak. Informasi yang jelas mengenai alasan penerapan sanksi dan mekanisme pengaduan yang adil dapat meningkatkan kepercayaan wajib pajak terhadap sistem perpajakan.

Dengan demikian, kepercayaan pada lembaga pajak tidak hanya memediasi hubungan antara sanksi pajak dan kepatuhan wajib pajak tetapi juga memperkuat dampak positif dari sanksi tersebut. Wajib pajak yang memiliki kepercayaan tinggi pada lembaga perpajakan akan lebih cenderung mematuhi peraturan dan lebih responsif terhadap sanksi pajak

H6: Kepercayaan pada lembaga pajak meningkatkan sanksi pajak dan kepatuhan pajak.

2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah sebuah representasi, baik grafis maupun naratif, yang menunjukkan hubungan antara konsep-konsep utama yang akan dianalisis dalam suatu penelitian. Kerangka ini berfungsi untuk memandu peneliti dalam menentukan arah dan fokus penelitian serta memberikan pemahaman mengenai keterkaitan antara berbagai konsep tersebut.

Gambar 2.1

