

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya sebagai salah satu data pendukung yang menurut peneliti perlu dijadikan sebagai acuan berupa teori-teori atau temuan penelitian terdahulu, berupa jurnal-jurnal melalui internet.

Penelitian yang dilakukan oleh Astuti dan Venusita (2015) tentang Analisis Penerapan *E-Filing* Sebagai Upaya Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak dalam Penyampaian SPT pada KPP Pratama Gresik Utara. Menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda. Penelitian tersebut menghasilkan pengaruh positif antara penerapan *e-filing* terhadap kepatuhan wajib pajak pada KPP Pratama Gresik Utara. *E-Filing* dinilai mampu memberikan banyak manfaat bagi pelaku wajib pajak, serta sesuai dengan tata cara berdasarkan peraturan perpajakan.

Jotopurnomo dan Mangoting (2013) tentang Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Sanksi Perpajakan, Lingkungan Wajib Pajak Berada terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Surabaya. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Penelitian tersebut menghasilkan adanya pengaruh positif antara kesadaran dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada KPP Pratama Sawahan Surabaya. Dari hasil penelitian tersebut menurut WPOP kualitas pelayanan di KPP Pratama Sawahan Surabaya dirasa sudah bagus. Disamping itu, kesadaran wajib pajak yang tinggi akan meningkatkan tingkat kepatuhan, apabila wajib pajak memahami fungsi pajak serta mendukung sistem perpajakan Indonesia.

Penelitian Rohmawati, dkk (2013) Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan terhadap Tingkat Kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak. Penelitian ini menggunakan metode survei. Teknik analisis data menggunakan analisis path. Dengan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak. Adanya sosialisasi telah terbukti dapat meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak. Semakin tinggi intensitas sosialisasi perpajakan maka akan semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak, karena dengan adanya sosialisasi pajak berarti wajib pajak akan lebih mengetahui mengenai peraturan dan tata cara perpajakannya.

Susmita dan Supadmi (2016) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan, Biaya Kepatuhan Pajak, dan Penerapan *E-Filing* pada Kepatuhan Wajib Pajak. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda. Menghasilkan pengaruh positif signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Denpasar Timur. Pemberian kualitas yang baik pada pelaku wajib pajak KPP Pratama Denpasar Timur terbukti sudah prima dan dapat menaikkan tingkat kepatuhan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Penelitian mengenai perilaku kepatuhan wajib pajak sudah sering dilakukan dengan menggunakan kerangka model *Theory of Planned Behavior* (TPB). Model TBP memberikan penjelasan yang signifikan bahwa perilaku tidak patuh wajib pajak sangat dipengaruhi oleh variabel sikap, norma subyektif, dan control keprikakuan yang dipersepsikan. Perilaku yang ditimbulkan oleh individu muncul karena adanya niat untuk berperilaku. Sedangkan munculnya niat untuk

berperilaku ditentukan oleh tiga faktor (Ajzen, 2002: 2 dalam Mustikasari, 2007), yaitu:

a. Behavioral Beliefs

Behavioral beliefs merupakan keyakinan individu akan hasil dari suatu perilaku dan evaluasi atas hasil tersebut. Sebelum individu melakukan sesuatu, individu tersebut akan memiliki keyakinan mengenai hasil yang akan diperoleh dari perilakunya tersebut. Kemudian yang bersangkutan akan memutuskan bahwa akan melakukannya atau tidak melakukannya. Hal tersebut berkaitan dengan kesadaran wajib pajak. Wajib pajak yang sadar pajak, akan memiliki keyakinan mengenai pentingnya membayar pajak untuk membantu menyelenggarakan pembangunan negara.

b. Normative Beliefs

Normative beliefs yaitu keyakinan tentang harapan normatif orang lain dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut. Ketika akan melakukan sesuatu, individu akan memiliki keyakinan tentang harapan normatif dari orang lain dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut. Hal tersebut dapat dikaitkan dengan pelayanan serta sistem perpajakan, dimana dengan adanya pelayanan yang baik dari petugas pajak, sistem perpajakan yang efisien dan efektif, serta sosialisasi perpajakan akan memberikan motivasi kepada wajib pajak agar taat pajak, hal ini yang membuat wajib pajak memiliki keyakinan atau memilih perilaku taat pajak.

c. Control Beliefs

Control beliefs merupakan keyakinan tentang keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan ditampilkan dan

persepsinya tentang seberapa kuat hal-hal yang mendukung dan menghambat perilakunya tersebut (*perceived power*).

2.2.2 Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti tunduk atau patuh pada ajaran atau aturan, wajib pajak yang patuh adalah wajib pajak yang sadar pajak, paham hak dan kewajiban perpajakan dengan benar dan paham akan hak perpajakannya (Mustikasari, 2007). Kepatuhan perpajakan berarti kesadaran untuk memenuhi kewajiban untuk mengisi formulir pajak dan menghitung sendiri jumlah pajak terutang dengan benar (Astuti dan Venusita, 2015). Sedangkan menurut Mutia (2014) Kepatuhan wajib pajak adalah tindakan wajib pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku dalam suatu negara. Wajib pajak yang patuh adalah wajib pajak yang taat dan patuh serta tidak memiliki tunggakan atau keterlambatan penyeteroran pajak.

Ada dua macam kepatuhan yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan material. Kepatuhan formal adalah keadaan di mana wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakan secara formal sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang perpajakan. Misalnya ketentuan tentang batas waktu penyampaian SPT. Sedangkan kepatuhan material ialah suatu keadaan di mana wajib pajak secara substantif memenuhi semua ketentuan material perpajakan, yakni sesuai isi dan jiwa undang-undang perpajakan. Wajib pajak yang memenuhi kepatuhan material dalam mengisi SPT PPh Tahunan adalah wajib pajak yang mengisi dengan jujur, baik dan benar SPT tersebut sesuai dengan ketentuan dalam Undang-undang Pajak Penghasilan (Astuti dan Venusita, 2015).

2.2.2.1 Indikator Kepatuhan

Tingkat kepatuhan Wajib Pajak dilihat atas dasar indikator (1) Kepatuhan dalam mendaftarkan diri secara sukarela (2) Kepatuhan untuk menyetorkan Surat Pemberitahuan tahunan atau masa (3) Kepatuhan dalam perhitungan dan pembayaran pajak terhutang (4) Kepatuhan dalam perhitungan pembayaran tunggakan (Sri dan Ita, 2009).

2.2.2.2 Kriteria Wajib Pajak Patuh

Kriteria Wajib Pajak Patuh berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan No.5192/PMK.03/2007 yang memenuhi persyaratan sebagai berikut (1) Tepat waktu dalam menyampaikan SPT dalam 3 (tiga) tahun terakhir, tidak lebih dari 3 (tiga) dan berturut-turut masa pajak untuk setiap jenis pajak serta disampaikan tidak lewat dari batas waktu penyampaian SPT Masa pajak berikutnya (2) Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak (3) Laporan keuangan diaudit oleh Akuntan Publik atau lembaga pengawasan keuangan pemerintah dengan pendapat Wajar Tanpa Pengecualian selama 3 (tiga) tahun berturut-turut, disusun dalam bentuk panjang (*long form report*), menyajikan rekonsiliasi laba rugi komersil dan fiskal bagi Wajib Pajak yang wajib menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan (4) Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terakhir (Mutia, 2014). Keuntungan menjadi wajib pajak patuh adalah adanya

perlakuan khusus untuk restitusi PPh paling lama 3 bulan diterbitkan surat keputusan pengembalian kelebihan pajak, sedangkan PPN paling lama 1 bulan.

2.2.2.3 Wajib Pajak Orang Pribadi Pengusaha

Wajib pajak orang pribadi pengusaha adalah orang pribadi yang menyelenggarakan kegiatan usaha, menjalankan usaha seperti usaha dagang, jasa, industri, dan lain-lain (Rajif, 2012).

2.2.3 Penerapan *E-Filing*

2.2.3.1 Sistem Administrasi Perpajakan Modern

Administrasi perpajakan menurut Devano dan Kurnia (2006) yang dikutip dalam Tresno, dkk (2013) administrasi perpajakan (tax administration) adalah cara-cara atau prosedur pengenaan dan pemungutan pajak. Sejak tahun 2002 Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah meluncurkan program perubahan (*change program*) atau reformasi administrasi perpajakan yang disebut modernisasi. Program modernisasi perpajakan diciptakan untuk menghasilkan pelayanan yang lebih baik, terpadu, dan personal. Hal ini dapat dicapai melalui sebuah pemanfaatan teknologi secara maksimal.

Perkembangan teknologi yang semakin canggih ditandai dengan era digital yang menjadikan peluang DJP dalam melakukan pengembangan e-SPT yang berbasis web (Astuti dan Venusita, 2015). Menurut Abdurrohman (2015) melalui konsep *One Stop Service* yang memberi banyak manfaat bagi wajib pajak, terdapat *fit and proper test* dan *competency mapping* serta adanya tenaga *Account Representative* yang bertugas membantu permasalahan wajib pajak, dan pemanfaatan IT secara maksimal salah satunya melalui penerapan *e-filing*. Hal ini

sesuai dengan Keputusan Menkeu No. 464/KMK/.01/2005, tentang Pedoman Strategi dan Kebijakan Departemen Keuangan yang “Senantiasa memperbaharui diri sesuai dengan aspirasi masyarakat dan perkembangan mutakhir teknologi keuangan serta administrasi publik, serta pembenahan dan pembangunan kelembagaan dibidang keuangan yang baik dan kuat akan dukungan dan pedoman pelaksanaan yang rasional dan adil (Setiana, dkk, 2010).

2.2.3.2 Sasaran Sistem Administrasi Modern

Sasaran administrasi merupakan target yang diharapkan mampu memberi perubahan yang positif dan tidak merugikan satu dengan yang lain serta bermanfaat bagi semua lapisan. Beberapa sasaran penerapan sistem administrasi modern pajak diantaranya (1) Maksimalisasi penerimaan pajak (2) Kualitas pelayanan yang mendukung kepatuhan wajib pajak (3) Memberi jaminan kepada publik bahwa Direktorat Jendral Pajak mempunyai tingkat integritas dan keadilan yang tinggi (4) Menjaga rasa keadilan dan persamaan perlakuan dalam proses pemungutan pajak (5) Peningkatan produktivitas yang berkesinambungan (6) Wajib pajak mempunyai alat mengakses informasi yang diperlukan (7) Optimalisasi pencegahan penggelapan pajak (Mustikawati, 2015).

2.2.3.3 Pengertian *E-Filing*

Menurut Abdurrohman, dkk, 2015 *e-filing* merupakan suatu program dalam modernisasi yang bertujuan memberikan kemudahan dalam penyampaian SPT tahunan. *E-Filing* adalah sebuah aplikasi sistem perpajakan yang menyediakan informasi mengenai pelaporan atau penyampaian pajak melalui SPT dimana wajib pajak berinteraksi dengan sistem IT yang kompleks (Wowor, dkk, 2014).

2.2.3.4 Indikator *E-Filing*

Menurut Wibisono dan Toly, 2014 indikator persepsi kemudahan penerapan sistem *e-filing* meliputi tiga hal yaitu (1) sistem mudah digunakan sesuai dengan kebutuhan, fleksibel digunakan, tidak rumit, tidak melakukan kesalahan dan tidak membutuhkan usaha keras (2) tampilan jelas, mudah dibaca, dan tidak mengalami kebingungan (3) mudah dipelajari cara penggunaannya.

2.2.4 Kesadaran Wajib Pajak

2.2.4.1 Pengertian Kesadaran Wajib Pajak

Mengacu pada Pasal 1 UU No 28 Tahun 2007 mengenai Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, wajib pajak merupakan orang pribadi atau badan, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, meliputi pembayaran pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak. Kesadaran perpajakan adalah keadaan mengetahui atau mengerti perihal pajaknya. Kesadaran perpajakan telah terbukti berpengaruh terhadap faktor internal yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak (Jotopurnomo dan Mangoting, 2013). Menurut Widayanti dan Nurlis (2010) kesadaran merupakan unsur internal manusia dalam memahami realita dan bagaimana cara bertindak atau menyikapi terhadap realitas. Kesadaran yang dimiliki manusia meliputi kesadaran dalam diri sendiri, dengan sesama, dan kemungkinan masa depannya. Kesadaran membayar pajak merupakan suatu rasa yang timbul dari dalam diri wajib pajak atas kewajibannya membayar pajak dengan ikhlas tanpa adanya unsur paksaan (Mutia, 2012).

2.2.4.2 Wajib Pajak Sadar Pajak

Wajib pajak dikatakan mempunyai kesadaran apabila mengetahui adanya (1) undang-undang dan ketentuan perpajakan (2) fungsi pajak untuk pembiayaan negara (3) kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku (4) menghitung, membayar, melaporkan pajak dengan sukarela (5) menghitung, membayar, melaporkan pajak dengan benar (Asri, 2009 dalam Muliari dan Setiawan, 2011).

2.2.4.3 Indikator Kesadaran

Beberapa Indikator kesadaran membayar pajak menurut Mutia, 2014 di antaranya: (1) Kesadaran bahwa pajak merupakan kewajiban bagi warga negara serta bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan negara (2) Kesadaran bahwa pajak merupakan sumber penerimaan negara yang terbesar (3) Kesadaran penundaan pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak sangat merugikan negara (3) Kesadaran bahwa pajak ditetapkan dengan undang-undang dan dapat dipaksakan.

2.2.5 Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya DJP dalam menginformasikan serta pembinaan kepada wajib pajak mengenai segala sesuatu yang mempunyai korelasi (Herryanto dan Toly, 2013). Sosialisasi Perpajakan merupakan suatu bentuk upaya DJP dalam memberi informasi serta pembinaan tentang pentingnya sosialisasi sebagai upaya dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak mengenai segala sesuatu ada korelasinya dengan bidang perpajakan. Melalui sosialisasi perpajakan para pelaku wajib pajak akan lebih mengetahui peraturan dan tata cara

perpajakan, sehingga sedikit banyak wajib pajak akan melaksanakan kewajiban dan hak perpajakannya (Rohmawati, dkk, 2012).

Pentingnya sosialisasi sebagai upaya dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak, melalui sosialisasi perpajakan para pelaku wajib pajak akan mengetahui peraturan dan tata cara perpajakan, sehingga sedikit banyak wajib pajak akan melaksanakan kewajiban dan hak perpajakannya. Semakin tinggi intensitas sosialisasi perpajakan yang dilakukan maka akan semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak (Herryanto dan Toly, 2013).

2.2.5.1 Strategi Sosialisasi Perpajakan

Strategi sosialisasi perpajakan bisa dilakukan dalam bentuk publikasi media cetak dan audiovisual misalnya dengan menerbitkan sebuah informasi melalui koran, majalah, brosur, televisi serta radio. Selain itu melibatkan diri dalam sebuah kegiatan (event) seperti kegiatan yang masih berhubungan dengan pentingnya kesadaran masyarakat akan pajak misalnya dengan kegiatan jalan sehat, mengadakan kegiatan dengan sebuah komunitas. Selanjutnya dengan menjalin sebuah komunikasi melalui pencantuman identitas dan pendekatan pribadi yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan seseorang untuk ikutserta dalam patuh pajak, seperti: menjadi sebuah sponsorship kegiatan, menjalin komunikasi pribadi dengan seseorang yang paling berpengaruh di masyarakat (Winerungan, 2013).

2.2.5.2 Indikator Sosialisasi

Program pengembangan pelayanan perpajakan dalam indikator sosialisasi oleh Ditjen Pajak diantaranya yakni (1) Penyuluhan melalui berbagai bentuk media sosial (2) Diskusi dengan wajib pajak dan tokoh masyarakat, bentuk sosialisasi

kepada masyarakat yang dianggap memiliki pengaruh atau dipandang oleh masyarakat sekitarnya (3) Informasi mengenai perpajakan dari petugas (fiskus) yang secara langsung disampaikan oleh wajib pajak (4) Pemasangan *billboard* dan atau spanduk di pinggir jalan atau di tempat-tempat lainnya yang strategis dan mudah dilihat oleh masyarakat (7) *Website* Ditjen pajak, media sosialisasi yang dapat diakses internet setiap saat dengan cepat dan mudah serta informasi yang diberikanpun sangat lengkap, akurat, terjamin kebenarannya dan *up to date* (Winerungan, 2013).

2.2.6 Kualitas Pelayanan

Menurut Jotopurnomo dan Mangoting, 2013 pelayanan merupakan pelayanan publik yang diberikan kepada wajib pajak oleh Direktorat Jendral Pajak untuk membantu wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya. Pelayanan adalah suatu cara melayani melalui pemenuhan kebutuhan masyarakat dalam rangka pelaksanaan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku (Mutia, 2014). Kualitas pelayanan merupakan sikap atau pertimbangan global tentang pengertian keuangan terhadap suatu pelayanan (Burhanudin, 2009). Jadi kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara apa yang diharapkan dan diinginkan oleh pelanggan dengan apa yang diperoleh. Menurut Mahardika, 2015 kualitas pelayanan sebagai tolak ukur keberhasilan suatu organisasi atau instansi pemerintah untuk memenuhi keinginan masyarakat yang memiliki hubungan positif dalam aspek ini terutama pada kepatuhan wajib pajak.

2.2.7 Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan pajak menurut Pancawati, 2011 antara lain (1) Fiskus diharapkan memiliki kompetensi *skill, knowledge, experience* dalam hal kebijakan, administrasi dan perundang-undangan perpajakan (2) Fiskus bersikap ramah dan sopan dalam melayani (3) Pelayanan dapat dijangkau oleh setiap orang atau kelompok yang mendapatkan prioritas (4) Terbuka dalam memberikan perlakuan serta menjamin rasa keadilan (5) Memberikan kualitas pelayanan secara teknis kualitas, kemudahan, kenyamanan, menyenangkan, dapat diandalkan, tepat waktu, cepat, responsive dan manusiawi (6) Tepat dan relevan, mampu melebihi preferensi, harapan dan kebutuhan individu dan masyarakat.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Penerapan *E-filing* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

E-filing adalah surat yang berbentuk elektronik dalam media komputer, dimana penyampaian dilakukan secara elektronik yang disampaikan pada DJP melalui ASP yang telah ditunjuk dengan proses yang integritas dan *real time*.

E-Filing adalah sebuah aplikasi sistem perpajakan yang menyediakan informasi mengenai pelaporan atau penyampaian pajak melalui SPT dimana wajib pajak berinteraksi dengan sistem IT yang kompleks (Wowor, dkk, 2014). Menurut Abdurrohman, dkk (2015) *e-filing* merupakan suatu program dalam modernisasi yang bertujuan memberikan kemudahan dalam penyampaian SPT tahunan.

E-filing merupakan bagian dari reformasi administrasi perpajakan yang bertujuan untuk memudahkan wajib pajak melalui beberapa kenyamanan dan kemudahan serta akses yang dapat dilakukan kapan dan dimana saja selama 24 jam, sehingga tidak

hanya memberi beberapa keuntungan melainkan juga memberikan efisiensi waktu bagi penggunanya. Beberapa jurnal yang melakukan penelitian tentang pengaruh penerapan *e-filing* terhadap kepatuhan wajib pajak menunjukkan hasil bahwa penerapan *e-filing* berpengaruh terhadap kepatuhann wajib pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Widilestariningtyas dan Utami (2015) meneliti tentang Penerapan *E-Filing* dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Formal. Putra, dkk (2015) meneliti tentang Pengaruh Penerapan Sistem Administrasi *e-Registration*, *e-SPT*, *e-Filing* Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak. Astuti dan Venusita (2015) meneliti tentang Analisis Penerapan *E-Filing* Sebagai Upaya Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak dalam Penyampaian SPT. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁ : Penerapan *E-Filing* berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

2.3.2 Pengaruh Kesadaran Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Tingkat kesadaran wajib pajak menunjukkan seberapa besar tingkat pemahaman tentang apa itu fungsi dan peranan serta manfaat pajak bagi pelaku serta negara. Masyarakat yang memiliki kesadaran pajak tinggi akan mengerti fungsi pajak, baik mengerti manfaat pajak untuk masyarakat maupun untuk diri sendiri. Dengan demikian masyarakat akan sukarela dan disiplin membayar pajak tanpa paksaan.

Menurut Widayanti dan Nurlis (2010) kesadaran merupakan unsur internal manusia dalam memahami realita dan bagaimana cara bertindak atau menyikapi terhadap realitas. Kesadaran yang dimiliki manusia meliputi kesadaran dalam diri sendiri, dengan sesama, dan kemungkinan masa depannya. Kesadaran membayar pajak merupakan suatu rasa yang timbul dari dalam diri wajib pajak atas

kewajibannya membayar pajak dengan ikhlas tanpa adanya unsur paksaan (Mutia, 2012).

Kesadaran wajib pajak sangat dibutuhkan sebagai salah satu upaya penting dalam melaksanakan serta menerapkan sistem perpajakan baru Indonesia yakni *Self Assesment System*. Kesadaran wajib pajak atas pemenuhan kewajiban perpajakannya merupakan unsur penting yang berpengaruh terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak. Pada penelitian yang dulu pernah dilakukan oleh Musyarofah dan Purnomo (2008) menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian Musyarofah dan Purnomo (2008) juga didukung oleh beberapa penelitian terbaru yakni Jotopurnomo dan Mangoting (2013) serta Mutia (2014). Berdasarkan penelitian yang mereka lakukan, kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Semakin tinggi kesadaran memenuhi kewajiban perpajakannya, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajaknya. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis pada penelitian ini adalah :

H₂ : Kesadaran berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

2.3.3 Pengaruh Sosialisasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Upaya yang dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak dalam memberi sebuah pengetahuan mengenai pajak kepada masyarakat dilakukan dengan cara sosialisasi perpajakan. Segala hal yang berhubungan dengan perpajakan baik peraturan maupun tata cara perpajakan akan disampaikan melalui kegiatan sosialisasi perpajakan.

Sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya DJP dalam menginformasikan serta pembinaan kepada wajib pajak mengenai segala sesuatu yang mempunyai korelasi (Herryanto dan Toly, 2013). Sosialisasi Perpajakan merupakan suatu bentuk upaya DJP dalam memberi informasi serta pembinaan tentang pentingnya sosialisasi sebagai upaya dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak mengenai segala sesuatu ada korelasinya dengan bidang perpajakan. Melalui sosialisasi perpajakan para pelaku wajib pajak akan lebih mengetahui peraturan dan tata cara perpajakan, sehingga sedikit banyak wajib pajak akan melaksanakan kewajiban dan hak perpajakannya (Rohmawati, dkk, 2012).

Pendapat ini didukung melalui beberapa penelitian yang menunjukkan hasil pengaruh antara sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Winerungan (2013) Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan WPOP dan Rohmawati, dkk, 2013 dalam Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Perpajakan terhadap Tingkat Kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak serta didukung penelitian terbaru oleh Ananda, dkk, 2015 dalam Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H₃ : Sosialisasi Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

2.3.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

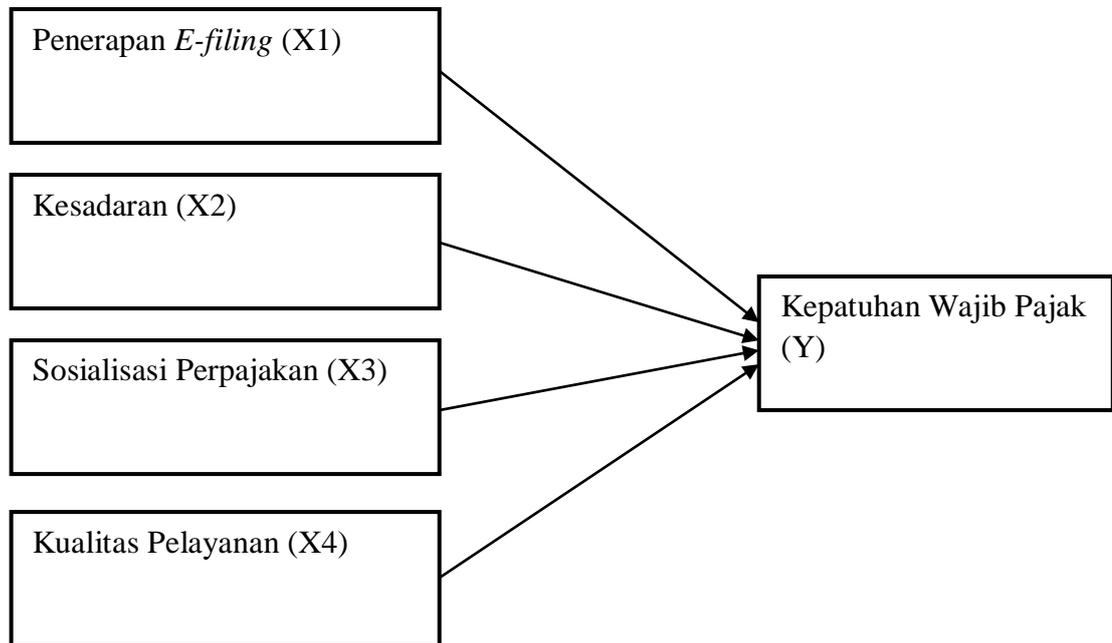
Memberikan kualitas pelayanan pajak yang baik kepada masyarakat menjadi salah satu upaya DJP dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Pemerintah dituntut untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dengan memberi kemudahan serta pemenuhan kewajiban melalui mutu pelayanan kepada wajib pajak. Kualitas

dan kuantitas pelayanan dapat memberi kesan yang baik kepada wajib pajak sehingga dapat mempengaruhi peningkatan kepatuhan wajib pajak melalui keberhasilan dalam memenuhi keinginan serta kebutuhan masyarakatnya.

Menurut Jotopurnomo dan Mangoting, 2013 pelayanan merupakan pelayanan publik yang diberikan kepada wajib pajak oleh Direktorat Jendral Pajak untuk membantu wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya. Pelayanan adalah suatu cara melayani melalui pemenuhan kebutuhan masyarakat dalam rangka pelaksanaan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku (Mutia, 2014). Kualitas pelayanan merupakan sikap atau pertimbangan global tentang pengertian keuangan terhadap suatu pelayanan (Burhanudin, 2009). Jadi kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara apa yang diharapkan dan diinginkan oleh pelanggan dengan apa yang diperoleh. Menurut Mahardika, 2015 kualitas pelayanan sebagai tolak ukur keberhasilan suatu organisasi atau instansi pemerintah untuk memenuhi keinginan masyarakat yang memiliki hubungan positif dalam aspek ini terutama pada kepatuhan wajib pajak. Pernyataan ini diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mutia (2013) dan diperbarui penelitian yang dilakukan oleh Pranata dan Setiawan (2015) yang menunjukkan hasil pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H₄ : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

2.4 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti tentang kepatuhan wajib pajak orang pribadi pengusaha. Pendasaran teoritis pada penelitian ini menggunakan *Theory Plan Of Behavior*. Variabel yang diteliti adalah *E-filing* (X₁), Kesadaran (X₂), Sosialisasi Perpajakan (X₃), Kualitas Pelayanan (X₄) dan kepatuhan wajib pajak (Y). Untuk menguji hipotesis tersebut dibutuhkan bantuan statistik dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda.

