



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPATUHAN WAJIB PAJAK DALAM MEMBAYAR  
PAJAK REKLAME DI KOTA SEMARANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
pada Universitas Negeri Semarang**

**Oleh  
Yudi Setiawan  
NIM 7211413168**

**UNNES**  
**JURUSAN AKUNTANSI**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**  
**2017**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 24 Agustus 2017

Dosen Pembimbing I



Prabowo Yudo Jayanto, SE., MSA  
NIP. 198205072008121005

Dosen Pembimbing II



Drs. Fachrurrozie, M.Si  
NIP. 196206231989011001

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Akuntansi



Drs. Fachrurrozie, M.Si  
NIP. 196206231989011001

## PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas  
Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Kamis

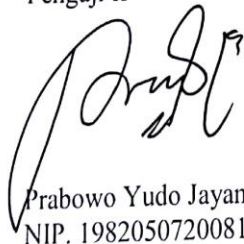
Tanggal : 7 September 2017

Penguji I



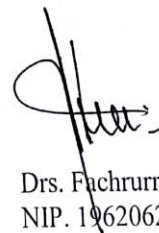
Kiswanto, SE., M.Si  
NIP. 198309012008121002

Penguji II



Prabowo Yudo Jayanto, SE., MSA  
NIP. 198205072008121005

Penguji III



Drs. Fachrurrozie, M.Si  
NIP. 196206231989011001

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Wahyono, MM.  
NIP. 195601031983121001

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yudi Setiawan

NIM : 7211413168

Tempat Tanggal Lahir : Bogor, 6 September 1995

Alamat : Mangkang Wetan RT 01 / RW 04 Tugu, Semarang

menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, September 2017



Yudi Setiawan  
NIM.7211413168

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto

“Tuhan tidak menuntut kita untuk sukses, Tuhan hanya menyuruh kita berjuang tanpa henti” (Emha Ainun Najib)

### Persembahan

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa.
2. Kedua Orang Tuaku
3. Kakakku, Aditya Wiguna.
4. Almamaterku, Universitas Negeri Semarang.

**UNNES**  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

## PRAKATA

Assalamualaikum. Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame di Kota Semarang” ini disusun untuk memenuhi tugas akhir yaitu skripsi sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Program Strata 1 (S1) pada program Studi Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Gunawan Tri Sunu dan Sri Widayati S.Pd., Kakakku Aditya Wiguna S.Pd., M.Si, serta seluruh keluarga di Purworejo, Kendal, Sragen, dan Cikampek atas kasih sayang dan dukungan baik berupa moril dan materiil, semoga penulis dapat membanggakan kalian.
2. Bapak Prabowo Yudo Jayanto, S.E., MSA dan Bapak Drs. Fachrurrozie, M.Si., selaku dosen pembimbing serta ketua jurusan Program Studi Akuntansi FE UNNES, karena berkat bimbingan serta nasihat beliau, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Bapak Dr. Wahyono, MM selaku Dekan Faklta Ekonomi Universitas Negeri Semarang.



4. Seluruh Dosen, serta Staf Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan bimbingan dan nasihat selama penulis di UNNES.
5. Sahabat-sahabatku “Makaryo” yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis Ajeng, Arin, Avid, Ferizal, dan Retma. Sukses untuk kita semua!
6. Teman-teman kontrakan *Ex-Casmon* yang selalu membantu dan memberi dukungan kepada penulis. Akbar, Tejo, Satria, Yunianto, Wigi, Dimas, Ardien, Ade Mizwar. Sukses selalu untuk kalian semua.
7. Teman-teman KKN Margolinduk 2016, percayalah setelah kegelapan akan ada cahaya terang.
8. Rekan-rekan PKL, Ima, Ulfa, Yunianto, terima kasih atas semangat dan kerjasama kalian selama pelaksanaan PKL. Serta seluruh Staf Kanwil Ditjen Perbendaharaan Jawa Tengah, atas bimbingan serta pengalaman selama pelaksanaan PKL.
9. Bapak Kamidi selaku Kepala Seksi bidang Piutang Negara, Kanwil Ditjen KPKNL. Terima kasih bimbingan serta nasihatnya.
10. Keluarga besar Akuntansi C 2013, terimakasih atas semangat kebersamaan dan kekeluargaan selama ini, jangan sampai putus silaturahmi. Lebih dekat dari sahabat, lebih besar dari keluarga.

Harapannya skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan semua pihak yang memerlukan.

Semarang, September 2017

Yudi Setiawan

## SARI

**Setiawan, Yudi.** 2017. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame di Kota Semarang”. Skripsi. Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I. Prabowo Yudo Jayanto, SE., MSA. II. Drs. Fachrurrozie, M.Si

**Kata Kunci:** Kepatuhan wajib pajak, kesadaran wajib pajak, modernisasi sistem administrasi, benefit langsung, pengetahuan perpajakan, sanksi perpajakan, sosialisasi perpajakan, kepuasan pelayanan

Kepatuhan perpajakan merupakan keadaan dimana wajib pajak taat dan patuh dalam melaksanakan ketentuan perpajakan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak diantaranya, kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, sanksi perpajakan, sosialisasi perpajakan, kepuasan pelayanan, modernisasi sistem, serta *benefit* langsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, sanksi perpajakan, sosialisasi perpajakan, kepuasan pelayanan, modernisasi sistem administrasi perpajakan, dan *benefit* langsung mempengaruhi kepatuhan wajib pajak reklame dalam membayar pajak reklame di Kota Semarang.

Populasi penelitian ini adalah wajib pajak reklame di Kota Semarang dengan teknik pengambilan sample adalah *Convenience Sampling* dimana sampel diambil karena populasi sangat banyak. Dibagi menjadi dua jenis usaha, perusahaan berbentuk PT atau CV dan UMKM. Kemudian diwakilkan 20 sampel dari PT atau CV, dan 20 lainnya dari sektor UMKM.

Hasil uji hipotesis dilihat dari *path coefficient* serta nilai *t-statistics* dengan pengujian yang dilakukan dengan alat uji *SmartPLS* didapatkan hasil kesadaran wajib pajak memiliki nilai *t-statistics* 2.413. Sementara pengetahuan perpajakan memiliki nilai 1.319. Sanksi perpajakan memiliki nilai *t-statistics* 1.415. Sosialisasi perpajakan memiliki nilai 0.757. Variabel kepuasan pelayanan memiliki nilai 0.919. Modernisasi sistem administrasi nilai *t-statistics*nya sebesar 3.223. *Benefit* langsung memiliki nilai 2.058. Variabel yang memiliki nilai *t-statistics* di atas 1.96 artinya berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Simpulan penelitian ini ada pengaruh positif dari variabel kesadaran wajib pajak, modernisasi sistem administrasi, dan *benefit* langsung terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Sementara variabel pengetahuan wajib pajak, sanksi perpajakan, sosialisasi perpajakan, dan kepuasan pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Kota Semarang. Saran dari penulis adalah mempertahankan serta meningkatkan pelayanan perpajakan, mengadakan sosialisasi atau penyuluhan perpajakan secara intensif, serta memberikan sanksi yang tegas terhadap pelanggar.



## ABSTRACT

**Setiawan, Yudi.** 2017. "Factors that Influence Taxpayer Compliance on Advertisement Tax Payment in Semarang". Final Project. Accounting. Faculty of Economics. Semarang State University. Supervisor:: Prabowo Yudo Jayanto, SE., MSA., II. Drs. Fachrurrozie, M.Sc.

**Keywords: tax compliance, taxpayer awareness, reform of tax administration, direct benefit, knowledge of tax, tax sanction, tax socialization, quality of service**

Taxpayer Compliance is a condition in which the taxpayer fulfills all right of taxation. The factors which affect the tax compliance are taxpayer awareness, knowledge of tax, taxation sanctions, tax socialization, quality of service, reform of tax administration, and direct benefit. This study aims to determine the influence of taxpayer awareness, knowledge of tax, taxation sanctions, tax socialization, quality of service, reform of tax administration, and direct benefit toward taxpayer compliance on advertisement tax payment in Semarang.

The population in this study amounted advertisement taxpayers in Semarang. The sampling technique which used is Convenience Sampling. The sample take because the population are so large. The Industrialist are PT or CV. 20 sample from PT and CV, and other 20 from UMKM.

Based on analyze from *path coefficient* and *t-statistics* with *SmartPLS* that are taxpayer awareness *t-statistic's* value is 2.413. knowledge of tax's value is 1.319. taxation sanctions *t-statistic's value is* 1.415. tax socialization's value 0.757. Quality of service's t-statistic 0.919. And reform of tax administration's value is 3.223. And direct *benefit* t-statistic's value is 2.058. The Variable are has *t-statistics* value over 1.96 that has positive affect to taxpayer compliance.

The Conclusions of this research is there are possitife affect from taxpayer awareness, reform of tax administration, and direct benefit to taxpayer compliance in advertisement tax payment. And knowledge of tax, taxation sanctions, tax socialization, quality of service didn't have affect to taxpayer compliance in advertisement tax payment in Semarang. The idea from the author are to increasing the taxation services, to give socialization or counseling taxation intensively, and to give sanctions to taxpayer evasion.

UNNES  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
PRAKATA.....	vi
SARI.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Cakupan Masalah.....	12
1.4 Rumusan Masalah .....	12
1.5 Tujuan Penelitian .....	13
1.6 Kegunaan Penelitian.....	14

1.7	Orisinalitas Penelitian .....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN .....		16
2.1	Teori Atribusi .....	16
2.2	<i>Theory of Planned Behavior</i> .....	17
2.3	Teori Pembelajaran Sosial.....	19
2.4	Pajak Daerah .....	19
2.5	Pajak Reklame.....	21
2.6	Kepatuhan Wajib Pajak.....	23
2.6.1	Pengertian Kepatuhan.....	23
2.6.2	Jenis-Jenis Kepatuhan.....	24
2.7	Kesadaran Wajib Pajak .....	25
2.8	Pengetahuan Perpajakan.....	26
2.9	Sanksi Perpajakan .....	27
2.10	Sosialisasi Perpajakan .....	28
2.11	Kepuasan Pelayanan.....	30
2.12	Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan.....	30
2.13	<i>Benefit</i> Langsung.....	31
2.14	Kajian Penelitian Terdahulu.....	32
2.15	Kerangka Berpikir.....	35
2.15.1	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak .....	35

2.15.2 Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak .....	37
2.15.3 Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak .....	39
2.15.4 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak .....	41
2.15.5 Pengaruh Kepuasan Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak .....	43
2.15.6 Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak .....	44
2.15.7 Pengaruh <i>Benefit</i> Langsung terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	45
2.16 Hipotesis Penelitian.....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>51</b>
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	51
3.2 Populasi, dan Sampel Penelitian .....	52
3.2.1 Populasi Penelitian.....	52
3.2.2 Sampel Penelitian.....	52
3.3 Variabel Penelitian.....	53
3.3.1 Kesadaran Wajib Pajak .....	54
3.3.2 Pengetahuan Perpajakan.....	54
3.3.3 Sanksi Perpajakan .....	55
3.3.4 Sosialisasi Perpajakan .....	55

3.3.5 Kepuasan Pelayanan.....	56
3.3.6 Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan.....	57
3.3.7 Benefit Langsung .....	57
3.3.8 Kepatuhan Wajib Pajak.....	58
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	58
3.4.1 Metode Dokumentasi .....	58
3.4.2 Metode Angket atau Kuesioner.....	59
3.5 Teknik Analisis Data.....	59
3.5.1 Menilai <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i> .....	60
3.5.2 <i>Convergent Validity</i> .....	60
3.5.3 <i>Discriminant Validity</i> .....	60
3.5.4 <i>Composite Reliability</i> .....	61
3.5.5 Menilai Inner atau Model Struktural.....	61
3.5.6 <i>R-Square</i> .....	61
3.6 Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji Signifikansi / Uji t) .....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	63
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	63
4.1.2 Deskripsi Sampel Penelitian .....	64
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	65
1. Kesadaran Wajib Pajak .....	65

2. Pengetahuan Perpajakan.....	66
3. Sanksi Perpajakan .....	67
4. Sosialisasi Perpajakan .....	68
5. Kepuasan Pelayanan.....	68
6. Modernisasi Sistem Administrasi .....	69
7. <i>Benefit</i> Langsung.....	70
8. Kepatuhan Wajib Pajak.....	71
4.2 Analisis Data .....	72
4.2.1 Uji <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i> .....	72
1. Uji <i>Convergent Validity</i> .....	72
a. <i>Loading Factor</i> .....	73
b. <i>Average Variance Extracted</i> .....	76
2. Uji Reliabilitas .....	76
4.2.2 Uji <i>Inner Model</i> atau <i>Structural Model</i> .....	78
1. Uji <i>R-Square</i> .....	78
2. Uji <i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....	79
4.2.3 Uji Hipotesis .....	80
4.3 Pembahasan.....	83
4.3.1 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak ..	83
4.3.2 Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak ..	85
4.3.3 Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak .....	87



4.3.4 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak .....	88
4.3.5 Pengaruh Kepuasan Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	89
4.3.6 Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	91
4.3.7 Pengaruh Benefit Langsung terhadap Kepatuhan Wajib Pajak .....	92
BAB V PENUTUP.....	94
5.1 Simpulan .....	94
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA .....	97
LAMPIRAN.....	101

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tabel Pendapatan Asli Daerah Kota Semarang .....	4
Tabel 1.2 Tabel Pendapatan Pajak Daerah Kota Semarang .....	5
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	34
Tabel 2.2 Tabel Keterangan Variabel Penelitian .....	49
Tabel 3.1 Tabel Daftar Sampel .....	53
Tabel 4.1 Tabel Hasil Pengumpulan Data.....	63
Tabel 4.2 Tabel Data Statistik Responden .....	64
Tabel 4.3 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Kesadaran Wajib Pajak.....	66
Tabel 4.4 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan Perpajakan .....	67
Tabel 4.5 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Sanksi Perpajakan.....	67
Tabel 4.6 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Sosialisasi Perpajakan.....	68
Tabel 4.7 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelayanan .....	69
Tabel 4.8 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Modernisasi Sistem Administrasi ..	70
Tabel 4.9 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Benefit Langsung.....	71
Tabel 4.10 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Kepatuhan Wajib Pajak .....	71
Tabel 4.11 Tabel <i>Outer Loading</i> .....	73
Tabel 4.12 Tabel <i>Average Variance Extracted</i> .....	76
Tabel 4.13 Tabel <i>Composite Reliability dan Cornbach's Alpha</i> .....	77
Tabel 4.14 Tabel <i>R-Square</i> .....	78

Tabel 4.15 Tabel *Path Coefficient*.....80

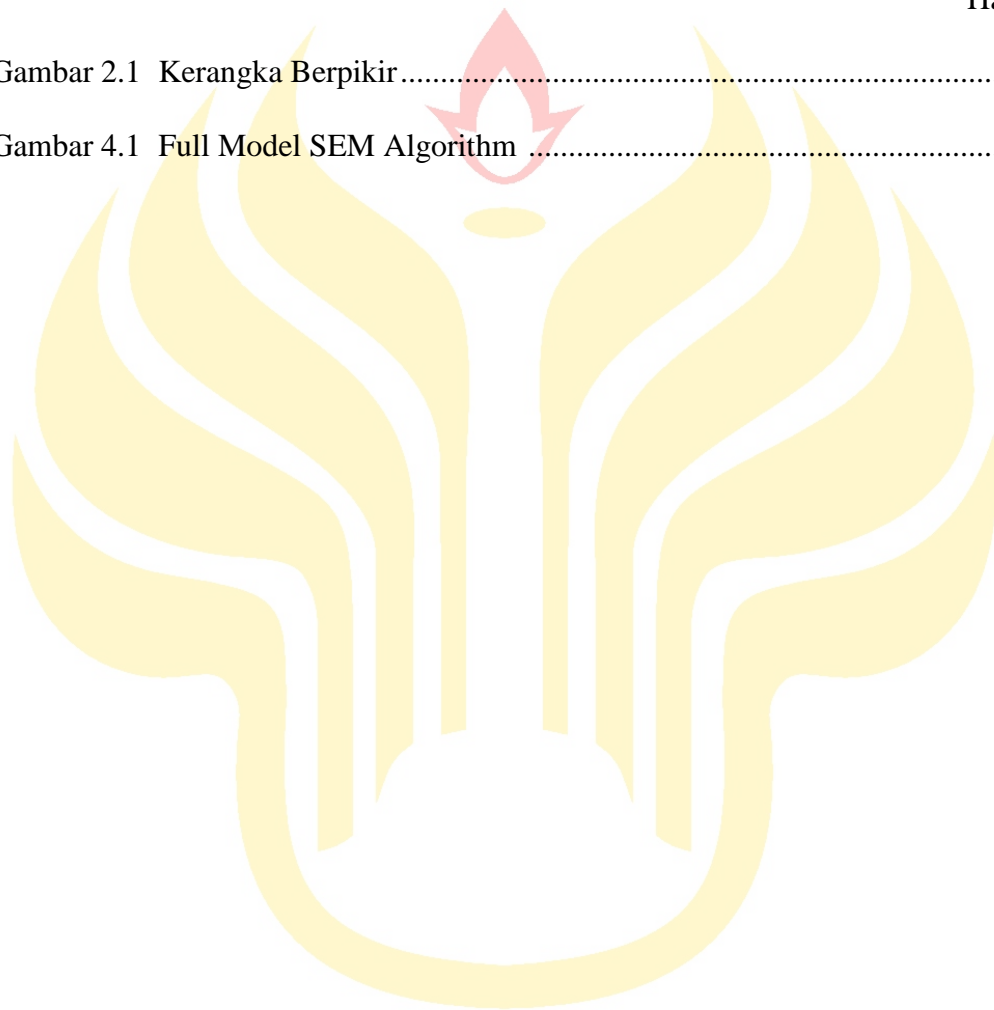
Tabel 4.16 Tabel Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis .....82



**UNNES**  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	48
Gambar 4.1 Full Model SEM Algorithm .....	79



**UNNES**  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Surat Izin Penelitian .....	101
Lampiran 2 Bukti Penelitian.....	102
Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian .....	113
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian .....	118
Lampiran 5 Karakteristik Responden .....	124
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas, Reliabilitas, dan Uji Inner Model.....	125
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis .....	128



**UNNES**  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pembangunan merupakan upaya pemanfaatan segala potensi yang ada di masing-masing daerah, oleh karena itu pembangunan lebih diarahkan ke daerah-daerah, sehingga pelaksanaan pembangunan tersebut diserahkan langsung pada tiap-tiap daerah untuk mengatur rumah tangganya sendiri menurut Ghofir (2000) dalam Nurmayasari (2010). Untuk itu tahun 2000 diberlakukan otonomi daerah yang ditandai dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 22 Tahun 1999 yang diperbaharui dengan Undang-Undang No. 32 Tahun 2004. Menurut Suparmoko dalam Istianto, Otonomi daerah adalah hak, wewenang, dan kewajiban Daerah Otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Daerah otonom adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas Daerah tertentu berwenang mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat dalam ikatan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Menurut Lincoln dalam Nurmayasari (2010), Pembangunan ekonomi daerah merupakan suatu proses dimana pemerintah daerah dan masyarakat bersama-sama mengelola sumber daya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah daerah dan sektor swasta untuk menciptakan suatu lapangan kerja baru yang merangsang perkembangan kegiatan ekonomi dalam wilayah tersebut.



Pembangunan nasional merupakan rangkaian upaya pembangunan yang berkesinambungan yang meliputi seluruh kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara. Mempercepat pembangunan ekonomi yang efektif dan kuat dengan memberdayakan pelaku dan potensi ekonomi daerah, serta memperhatikan ruang fisik maupun sosial sehingga terjadi pemerataan pertumbuhan ekonomi sejalan dengan pelaksanaan otonomi daerah merupakan tujuan bagian dari pembangunan nasional, serta untuk mencapai tingkat pembangunan yang tinggi dan tetap menjaga kestabilan ekonomi. Undang-undang No. 32 Tahun 2004 tentang Program Pembangunan Nasional, menegaskan bahwa program penataan pengelolaan keuangan daerah secara profesional, efisien, transparan, dan bertanggung jawab. Sasaran yang ingin dicapai adalah semakin meningkatnya proporsi Pendapatan Asli Daerah (PAD) secara signifikan dalam pembiayaan bagi kegiatan pelayanan masyarakat dan pembangunan. Berdasarkan Undang-Undang RI No. 32 Tahun 2004 pasal 157 tentang Pemerintah Daerah, sumber pendapatan tetap yang digunakan untuk membiayai berbagai kegiatan Daerah Otonom terdiri dari:

1. Pendapatan Asli Daerah;
2. Dana Perimbangan;
3. Lain-lain Pendapatan yang sah.

Sumber pendapatan asli daerah merupakan penerimaan sumber keuangan yang didapat dari sumber-sumber dalam daerah tersebut yang proporsi pungutannya sudah sesuai dengan peraturan yang berlaku. Sesuai dengan Undang-

Undang No. 32 Tahun 2004 pasal 157 disebutkan bahwa pendapatan asli daerah yang selanjutnya disebut PAD, sumbernya berasal dari:

1. Hasil pajak daerah;
2. Hasil retribusi daerah;
3. Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan;
  - a. Bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik daerah (BUMD);
  - b. Bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik negara (BUMN);
  - c. Bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik swasta.
4. Lain-lain pendapatan yang sah.
  - a. Hasil penjualan aset daerah;
  - b. Penerimaan jasa giro;
  - c. Penerimaan bunga deposito;
  - d. Denda atas keterlambatan pelaksanaan pekerjaan.

Pendapatan asli daerah sangat penting bagi sumber pembiayaan pemerintah daerah dimana apabila sumber pendapatan asli daerah tersebut tinggi dapat menunjukkan tingkat kemandirian daerah tersebut. Menurut Syuhada dalam Nurmayasari (2010), salah satu komponen pendapatan asli daerah yang mempunyai kontribusi dan potensi terbesar di Kota Semarang adalah pajak daerah. Pajak daerah merupakan sumber pendapatan yang dapat dikembangkan berdasarkan peraturan-peraturan pajak yang diterapkan oleh daerah untuk kepentingan pembiayaan rumah tangga pemerintah daerah tersebut. Bahkan pada

tahun 2014 lalu, realisasi pendapatan asli daerah kota Semarang mencapai angka Rp 1.138.367.228.493,- dan pendapatan dari sektor pajak daerah yang mencapai angka paling tinggi sebesar Rp 791.509.586.089,-. Menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 tertulis bahwa Pajak daerah, yang selanjutnya disebut pajak adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

**Tabel 1.1**  
**Pendapatan Asli Daerah Kota Semarang**

No	Uraian	Anggaran 2014	Realisasi 2014
<b>1</b>	<b>PENDAPATAN</b>		
<b>2</b>	<b>PENDAPATAN ASLI DAERAH</b>		
3	Pendapatan Pajak Daerah	642,700,000,000	791,509,586,089
4	Pendapatan Retribusi Daerah	104,484,420,000	110,491,080,293
5	Pendapatan Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan	7,989,867,000	8,036,099,560
6	Lain-lain PAD yang Sah	136,106,418,000	228,330,462,551
<b>7</b>	<b>Jumlah Pendapatan Asli Daerah</b>	<b>891,280,705,000</b>	<b>1,138,367,228,493</b>

Sumber: LKPD Kota Semarang 2014

Beberapa pajak daerah yang dapat dipungut oleh pemerintah daerah kabupaten/kota diantaranya adalah pajak reklame, pajak restoran dan pajak hotel, pajak hiburan, pajak penerangan jalan, pajak pengambilan barang galian golongan C, pajak pemanfaatan air bawah tanah dan permukaan serta pajak parkir.

Kota Semarang sebagai kota pusat pemerintahan dan sekaligus sebagai kota industri maka prospek Pajak Reklame cukup potensial untuk waktu yang akan datang. Dilihat dari hasil realisasi penerimaan pajak daerah pada 2014 lalu, Kota Semarang berhasil mendapatkan Rp 22.505.204.838,00 yang artinya potensi pajak

reklame di Kota Semarang cukup besar. Dalam ilmu marketing ada bauran pemasaran yang dipakai sebagai instrument kebijakan perusahaan. Salah satu bauran pemasaran tersebut adalah promosi yang terdiri antara lain iklan, reklame dan promosi penjualan. Obyek pajak reklame akan tumbuh seiring dengan pertumbuhan perusahaan atau industri.

**Tabel 1.2**  
**Pendapatan Pajak Daerah Kota Semarang**

Pendapatan Pajak Daerah :	Anggaran 2014	Realisasi 2014
	Rp	Rp
1 Pajak Hotel	44.000.000.000,00	50.589.695.464,00
2 Pajak Restoran	45.000.000.000,00	62.752.745.542,00
3 Pajak Hiburan	11.250.000.000,00	14.670.566.132,00
4 Pajak Reklame	20.812.500.000,00	22.505.204.838,00
5 Pajak Penerangan Jalan	136.687.500.000,00	163.497.269.621,00
6 Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan	800.000.000,00	25.199.840,00
7 Pajak Parkir	5.600.000.000,00	7.508.343.122,00
8 Pajak Air Bawah Tanah	4.500.000.000,00	4.873.574.208,00
9 Pajak Sarang Burung Walet	50.000.000,00	-
10 Pajak BPHTB	188.000.000.000,00	254.085.540.258,00
11 Pajak Bumi dan Bangunan	186.000.000.000,00	211.001.447.064,00
Jumlah	<b>642.700.000.000,00</b>	<b>791.509.586.089,00</b>

Sumber: LKPD Kota Semarang 2014

Pajak Reklame sebagaimana yang telah tertera pada Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 6 Tahun 2011 pasal 1 disebutkan bahwa Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian

umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan dan/atau dinikmati oleh umum. Subjek Pajak adalah orang pribadi atau badan yang dapat dikenakan pajak. Wajib Pajak Reklame adalah perorangan atau badan hukum yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pratiwi dan Setiawan tahun 2014 menunjukkan bagaimana pengaruh kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kondisi keuangan perusahaan, dan persepsi tentang sanksi perpajakan pada kepatuhan pajak reklame di Dinas Pendapatan Kota Denpasar. Penelitian tersebut menghasilkan bahwa kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kondisi keuangan perusahaan, serta persepsi wajib pajak tentang sanksi perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian Saputra tahun 2014 juga menghasilkan data bahwa kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, dan kualitas pelayanan, berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak reklame di Kota Palembang. Penelitian Burhan tahun 2015 menunjukkan hal lain, dimana penelitian yang dilakukan terhadap wajib pajak orang pribadi menghasilkan bahwa sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penerimaan pendapatan pajak agar dapat berlangsung secara maksimal tentunya membutuhkan kesadaran masyarakat untuk mematuhi kewajiban perpajakan yang berlaku. Persoalan mengenai kepatuhan pajak telah menjadi persoalan yang penting di Indonesia karena jika wajib pajak tidak patuh maka

dapat menimbulkan keinginan untuk melakukan tindakan penghindaran, pengelakan dan pelalaian pajak yang pada akhirnya akan merugikan negara yaitu berkurangnya penerimaan pajak, Fuadi dalam Pratiwi. Sehingga dibutuhkan kesadaran masyarakat yang tinggi guna memaksimalkan jumlah pajak yang dapat diterima. Kesadaran wajib pajak akan perpajakan adalah rasa yang timbul dari dalam diri wajib pajak atas kewajibannya membayar pajak dengan ikhlas tanpa adanya unsur paksaan. Apabila masyarakatnya sadar dalam membayar pajak tentunya masyarakat akan patuh terhadap peraturan-peraturan pajak yang berlaku yang akan meningkatkan penerimaan negara dari sektor pajak.

Selain kesadaran wajib pajak, pengetahuan juga penting dimiliki oleh wajib pajak dimana pengetahuan perpajakan adalah kemampuan atau seseorang dalam mengetahui peraturan perpajakan tentang tarif pajak berdasarkan undang-undang yang akan dibayarkan maupun manfaat pajak yang mungkin akan diterima. Pada umumnya apabila seseorang memiliki pengetahuan maka akan mengerti bagaimana hak dan kewajiban. Begitu pula dengan pengetahuan perpajakan, apabila wajib pajak memiliki pengetahuan maka mereka akan mengerti kewajiban akan membayar pajak, dan manfaat yang diterima nantinya adalah sebagai hak walaupun tidak secara langsung. Wajib pajak yang berpengetahuan tentang pajak, secara sadar diri akan patuh membayar pajak. Mereka telah mengetahui bagaimana alur penerimaan pajak tersebut akan berjalan, hingga akhirnya manfaat membayar pajak tersebut dapat dirasakannya yang akan membantu kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak, sehingga tingkat kepatuhan akan meningkat.



Faktor lain yang berkaitan dengan kepatuhan pajak adalah sanksi perpajakan, dimana masyarakat memandang bagaimana sanksi perpajakan yang akan diterima apabila tidak membayar pajak. Pandangan wajib pajak terhadap penerapan sanksi yang berkemungkinan akan lebih banyak merugikannya akan mendorong wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya, Nugroho dalam Pratiwi. Menurut Mardiasmo (2011) dalam Susilawati (2013) sanksi perpajakan merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti/ dipatuhi, dengan kata lain sanksi perpajakan merupakan alat pencegah (preventif) agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan. sehingga dengan adanya sanksi perpajakan diharapkan para wajib pajak dapat patuh dalam hal pembayaran pajak.

Peningkatan kepatuhan masyarakat dalam membayar pajak, pemerintah juga melakukan sosialisasi tentang perpajakan kepada masyarakat. Tujuannya adalah memberikan informasi, pengertian, serta pembinaan kepada masyarakat baik melalui seminar, *workshop*, maupun iklan. Sosialisasi perpajakan sendiri adalah upaya yang dilakukan oleh Dirjen Pajak untuk memberikan sebuah pengetahuan kepada masyarakat dan khususnya wajib pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan baik peraturan maupun tata cara perpajakan melalui metode-metode yang tepat, Rimawati dalam Burhan. Diharapkan dengan adanya sosialisasi para wajib pajak akan mengetahui segala sesuatu tentang perpajakan sehingga kepatuhan dalam membayar pajak akan meningkat juga.

Faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak adalah kepuasan pelayanan, dimana wajib pajak yang mendapat pelayanan yang

baik saat melakukan pembayaran pajak mungkin akan puas sehingga akan tetap rutin dan tertib dalam membayar pajak. Pemberian pelayanan yang baik maka wajib pajak akan merasa terbantu dan dimudahkan dalam penyelesaian kewajiban perpajakannya sehingga mereka merasa puas dan akan patuh dalam melakukan pembayaran pajak. Berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pelayanan Publik, mengharuskan setiap penyelenggaraan pelayanan publik memiliki standar pelayanan yang dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan termasuk pelayanan perpajakan.

Modernisasi sistem pelayanan perpajakan juga dimungkinkan menjadi faktor yang berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan. Hal ini dikarenakan sejak tahun 2001 Dirjen pajak telah memulai langkah reformasi administrasi perpajakan (*Tax Administration Reform*) yang menjadi landasan terciptanya administrasi perpajakan yang modern dan dipercaya oleh masyarakat. Reformasi perpajakan yang sekarang menjadi prioritas, menyangkut modernisasi administrasi perpajakan jangka menengah (tiga hingga lima tahun) dengan tujuan tercapainya: tingkat kepatuhan sukarela yang tinggi, kepercayaan terhadap administrasi perpajakan yang tinggi, dan produktivitas aparat perpajakan yang tinggi, Devano dan Rahayu dalam Irmayani (2015). Tujuan adanya modernisasi adalah untuk memudahkan pelayanan perpajakan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang memanfaatkan pelayanan berbasis *e-system*. Sehingga apabila pembayaran pajak lebih dimudahkan dengan adanya sistem ini, diharapkan kepatuhan wajib pajak akan meningkat pula.

Kemudian ada manfaat secara langsung yang mungkin didapat oleh wajib pajak yang mungkin menjadikan para wajib pajak menjadi patuh dalam hal membayar pajak. Apabila wajib pajak mendapat mendapatkan keuntungan dari apa yang sudah dikeluarkan tentunya mereka akan merasa terbantu dan akan patuh membayar pajak. Namun berdasarkan penelitian yang dilakukan Kimberly, Teresa, dan Bing pada perusahaan property di Georgia didapatkan bahwa hasil dari pembayaran pajak tidak berpengaruh secara langsung terhadap harga property yang dipasarkan. Karena itu dibutuhkan penelitian lebih lanjut untuk membuktikan bagaimana pengaruh benefit secara langsung terhadap kepatuhan pajak apabila wajib pajak sudah membayar pajak namun tidak mendapat keuntungan apakah wajib pajak tersebut tetap akan patuh dalam membayar pajak atau tidak.

Ada juga faktor biaya kepatuhan wajib pajak yang menurut Syarifudin dalam Afianto (2017) merupakan pemenuhan kewajiban perpajakan yang dilakukan oleh pembayar pajak dalam rangka memberikan kontribusi bagi pembangunan dewasa ini yang diharapkan di dalam pemenuhannya diberikan secara sukarela.

Hasil pemaparan diatas membuat penulis memiliki keinginan untuk meneliti lebih lanjut tentang **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Reklame di Kota Semarang”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan peneliti mengidentifikasi beberapa permasalahan antara lain :

- a. Didapatkan reklame dari telepon selular Oppo di Banyuwangi yang belum membayar pajak reklame yang besarnya mencapai 180 juta rupiah. Sempat dilayangkan surat teguran berupa ancaman sanksi penurunan reklame namun selama dua tahun kewajiban pajak masih belum diselesaikan.
- b. BPK menyoroti potensi pajak reklame yang ada di Kota Cirebon terutama di Jalan Cipto, dimana pengusaha yang memasang reklame dan beromzet lebih dari 300 juta patuh dalam hal membayar pajak sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku.
- c. Terdapat reklame yang belum mengantongi izin di Rembang, reklame milik PT Lautbonang.com pimpinan Rudy Hartono sedang melakukan pengajuan perizinan ke dinas terkait, namun reklame sudah berdiri. Oleh karena itu Pemerintah Kabupaten Rembang tidak akan melepaskan satu rupiah pun nominal pajak yang ditargetkan mencapai 1,29 miliar rupiah.
- d. Penghargaan diberikan kepada wajib pajak terbaik di Padang karena telah patuh dalam hal pembayaran pajak. Pajak restoran terbaik diterima oleh Lamun Ombak, Ikan Bakar Pak Tris, dan Waroeng Halin. Pajak Hiburan terbaik, *Tee Box* (karaoke), *Happy Puppy*, dan *Cinema XXI*. Pajak reklame terbaik, Kade Advertising, CV. Multi Media Tama dan PT. Buana Lestari. Pajak penerangan jalan oleh PLN, dan Pajak mineral bukan logam dan batuan terbaik oleh PT. Semen Padang Persero.

Fenomena yang terjadi dapat dilihat ada beberapa faktor yang menjadi alasan wajib pajak patuh atau tidak dalam membayar kewajiban perpajakannya.

Seperti kesadaran wajib pajak dalam melaporkan pajaknya, pengetahuan wajib pajak, sanksi perpajakan yang diterapkan, sosialisasi yang diberikan petugas pajak, kepuasan akan pelayanan yang diberikan, reformasi modernisasi sistem administrasi perpajakan, manfaat langsung yang diterima, serta biaya kepatuhan wajib pajak yang harus dikeluarkan wajib pajak.

### **1.3 Cakupan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan. Ruang lingkup yang akan dikaji oleh peneliti dibatasi pada masalah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame yang terdiri dari kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, sanksi perpajakan, sosialisasi perpajakan, kepuasan pelayanan, modernisasi sistem pelayanan, dan *benefit* langsung terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Penulis tidak memasukkan faktor biaya kepatuhan wajib pajak, karena secara logis wajib pajak pasti mengeluarkan biaya perpajakan, dari riset yang dilakukan Fuadi dan Mangoting (2013) dan Utama (2013) dalam Afianto (2017) selalu menghasilkan pengaruh positif signifikan terhadap variabel kepatuhan wajib pajak.

### **1.4 Rumusan Masalah**

- a Apakah kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak ?
- b Apakah pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak ?

- c Apakah sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak ?
- d Apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak ?
- e Apakah kepuasan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak ?
- f Apakah modernisasi sistem pelayanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak ?
- g Apakah *benefit* langsung berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

- a Untuk menganalisis pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.
- b Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.
- c Untuk menganalisis pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.
- d Untuk menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.
- e Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak.
- f Untuk menganalisis pengaruh modernisasi sistem pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak.



g Untuk menganalisis pengaruh *benefit* langsung terhadap kepatuhan wajib pajak.

### **1.6 Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan segi verifikasi teori, penelitian yang diajukan oleh peneliti ini diharapkan dapat menjadi alat verifikasi atau pembuktian berlaku atau tidaknya teori yang mendasari bahwa kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, sanksi perpajakan, sosialisasi perpajakan, kepuasan pelayanan, modernisasi sistem pelayanan, dan benefit langsung berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame melalui dukungan hasil uji secara ilmiah yang dihasilkan.

Dilihat dari segi pengembangan teori, penelitian ini diharapkan mampu menjadi dasar untuk mengembangkan teori yang telah ada sebelumnya. Disini peneliti menghadirkan variabel baru yaitu benefit langsung. Diharapkan variabel ini menjadi pembeda dari penelitian sebelumnya untuk mengembangkan teori yang sudah ada dan bisa menunjukkan keadaan yang sebenarnya saat ini tentang kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame.

Dilihat dari segi manfaat praktis, penelitian ini bermanfaat bagi pihak pemerintah terutama pemerintah kota Semarang tentang apa saja yang harus ditingkatkan dalam proses pemungutan pajak reklame, sehingga wajib pajak dapat secara patuh melakukan pembayaran. Dan juga untuk pengusaha yang bersangkutan penelitian ini juga dapat bermanfaat untuk meningkatkan kesadaran dalam membayar pajak reklame, karena tujuan pembayaran pajak juga untuk kesejahteraan seluruh rakyat.

### 1.7 Orisinalitas Penelitian

Penelitian ini berbeda dari penelitian-penelitian yang pernah ada sebelumnya. Penelitian kali ini peneliti mencoba menghadirkan variabel *benefit* langsung yang belum ada pada penelitian-penelitian sebelumnya. Hadirnya variabel *benefit* langsung didasari pada adanya penelitian yang dilakukan oleh Kimberly tahun 2017 tentang manfaat pembayaran pajak bagi perusahaan *property* dan penelitian tersebut dilakukan di Georgia. Oleh karena itu, peneliti ingin menguji variabel tersebut dengan objek yang berada di Indonesia.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

#### 2.1 Teori Atribusi

Teori atribusi menyatakan bahwa bila individu-individu mengamati perilaku seseorang, mereka mencoba untuk menentukan apakah itu ditimbulkan secara internal atau eksternal (Robbins, 1996 dalam Widiastuti, 2014). Yang mengemukakan teori atribusi pertama kali adalah Fritz Heider pada tahun 1958. Kemudian dalam Harvey (1993) dikemukakan bahwa:

*“Heider extended his conception on the perception of physical objects to the perception of other people and of self. At its core, this extension embodied the ideas of attribution and cognitive balance. Heider believed that people frequently make attributions about others and about themselves.”*

Perilaku seseorang disebabkan oleh dua faktor yaitu dari diri sendiri yang berasal dari faktor internal pribadi seperti kepribadian, kesadaran, dan kemampuan. Kemudian faktor kedua adalah dari faktor eksternal yaitu dari persepsi orang lain maupun dari lingkungan, yang berarti seseorang melakukan sesuatu karena situasi.

Kesediaan wajib pajak dalam hal pembayaran pajak terkait dengan sikap wajib pajak dalam penilaian terhadap pajak itu sendiri. Persepsi tentang apa yang akan didapat dari pembayaran pajak menjadi faktor internal akan sikap yang akan dilakukan wajib pajak. Kemudian keadaan lingkungan sekitar yang seharusnya menjadi lebih baik karena mendapat alokasi dari pajak yang sudah dibayarkan sebelumnya dapat menjadi faktor eksternal pertimbangan wajib pajak dalam

bersikap. Teori atribusi dianggap sangat relevan untuk menerangkan maksud diatas.

Relevansi teori atribusi dengan penelitian ini dalam menentukan patuh atau tidak patuhnya seorang wajib pajak dalam membayar pajak dipengaruhi faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak adalah kesadaran, pengetahuan perpajakan. Sedangkan dari faktor eksternal yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak adalah sosialisasi perpajakan, modernisasi sistem pelayanan, serta sanksi perpajakan.

## **2.2 Theory of Planned Behavior**

*Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dalam Putri tahun 2013, merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* yang bertujuan untuk memperlihatkan hubungan dari perilaku-perilaku yang dimunculkan oleh individu untuk menanggapi sesuatu. Dalam TPB ditambahkan satu variabel yaitu kontrol keperilakuan yang dipersepsikan yang belum dijelaskan dalam TRA. Adanya variabel control keperilakuan yang dipersepsikan berarti bahwa tidak semua tindakan yang diambil oleh individu berada di bawah kendali individu tersebut.

*Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa tindakan yang diambil oleh individu dipengaruhi oleh 3 jenis kepercayaan, yaitu:

1. *Behavioral beliefs*, yaitu kepercayaan-kepercayaan mengenai kemungkinan akan terjadinya suatu perilaku. Dengan kata lain, *Behavioral belief* merupakan keyakinan dari individu akan hasil dari suatu perilaku dan evaluasinya (*beliefs strength and outcome*

*evaluation*). Di dalam TRA, hal ini disebut dengan sikap (*attitude*) terhadap perilaku.

2. *Normative beliefs*, yaitu keyakinan tentang harapan normatif yang muncul dari pengaruh orang lain dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut (*normative beliefs and motivation to comply*). Di dalam TRA, hal ini disebut dengan norma-norma subyektif sikap (*subjective norms*) terhadap perilaku.
3. *Control beliefs*, yaitu keyakinan tentang keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan ditampilkan (*control beliefs*) dan persepsinya tentang seberapa kuat hal-hal yang mendukung dan menghambat perilakunya tersebut (*perceived power*). Hal-hal yang mungkin menghambat pada saat perilaku ditampilkan dapat berasal dari dalam diri sendiri maupun lingkungan. Dalam TRA variabel ini belum ada, maka ditambahkan pada TPB dan disebut dengan *perceived behavioral control*.

Relevansi teori ini dengan penelitian adalah sikap wajib pajak dalam menyikapi akan kewajibannya dalam membayar pajak didasari oleh banyak faktor diantaranya sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah sehingga wajib pajak paham akan pentingnya membayar pajak. Kemudian adanya sanksi juga meminimalisir wajib pajak yang menghindari kewajibannya dalam membayar pajak.

### 2.3 Teori Pembelajaran Sosial

Teori pembelajaran sosial mengatakan bahwa seseorang bisa belajar melalui pengamatan dan pengalaman langsung (Bandura, 1977 dalam Robbins, 1996). Teori ini merupakan perluasan (ekspansi) berdasarkan teori pengkondisian operan dari Skinner (1971) yaitu teori yang mengumpamakan perilaku sebagai suatu fungsi dari konsekuensinya.

Menurut Bandura (1977) dalam Robbins (1996), proses dalam pembelajaran sosial meliputi:

1. proses perhatian (*attentional*)
2. proses penahanan (*retention*)
3. proses reproduksi motorik
4. proses penguatan (*reinforcement*)

Teori ini relevan dengan penelitian yang dilakukan dimana seseorang akan patuh dalam hal pembayaran pajak setelah melakukan pengamatan terhadap wajib pajak lain, dan akan semakin dikuatkan dengan hasil nyata dari pembayaran pajak yang sudah dilakukan dengan bukti bahwa pembangunan di daerah sekitarnya merupakan hasil dari pembayaran pajak.

### 2.4 Pajak Daerah

Pajak menurut Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Ketentuan umum dan tata cara perpajakan adalah kontribusi wajib pajak kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapat timbal balik secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran-rakyat.



Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki unsur-unsur:

1. Iuran dilakukan dari rakyat untuk negara  
Yang berhak melakukan pemungutan pajak adalah negara.
2. Berdasarkan undang-undang  
Dasar pemungutan pajak sudah diatur dalam undang-undang serta aturan pelaksanaan sebagai kekuatan hukum pemungutan pajak.
3. Tanpa timbal balik secara langsung  
Wajib pajak yang membayar pajak tidak mendapatkan timbal balik secara langsung dari negara.
4. Digunakan untuk pembiayaan rumah tangga  
Pajak yang dibayarkan digunakan untuk pembangunan serta pengembangan infrastruktur guna kesejahteraan rakyat.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan pungutan yang dilakukan negara kepada rakyat yang bersifat memaksa dan tidak mendapat timbal balik secara langsung, namun digunakan untuk membiayai semua kegiatan pemerintah dan kepentingan pembangunan.

Fungsi pajak berhubungan dengan manfaat yang didapat dari pemungutannya menurut Tarmudji dan Suryarini (2012) dibagi menjadi empat fungsi, yaitu:

1. Fungsi anggaran

Sebagai sumber pendapatan negara, pajak berfungsi untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran negara. Untuk menjalankan tugas-tugas rutin negara



dan melaksanakan pembangunan, negara membutuhkan biaya. Biaya ini dapat diperoleh dari penerimaan pajak.

2. Fungsi mengatur

Pemerintah bisa mengatur pertumbuhan ekonomi melalui kebijaksanaan pajak. Dengan fungsi mengatur, pajak bisa digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan.

3. Fungsi stabilitas

Dengan adanya pajak, pemerintah memiliki dana untuk menjalankan kebijakan yang berhubungan dengan stabilitas harga sehingga inflasi dapat dikendalikan.

4. Fungsi redistribusi pendapatan

Pajak yang sudah dipungut oleh negara akan digunakan untuk membiayai kepentingan umum, termasuk juga untuk membiayai pembangunan sehingga dapat membuka kesempatan kerja, yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

## 2.5 Pajak Reklame

Menurut Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 pasal 47 bagian kesepuluh tentang pajak reklame menjelaskan bahwa pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.

Penyelenggaraan reklame yang ditetapkan menjadi objek Pajak Reklame (Perda Kota Semarang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Pajak Reklame) adalah sebagaimana tersebut di bawah ini:

1. Reklame Papan/ *Billboard*

Reklame yang terbuat dari papan, kayu termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantung atau dibuat pada bangunan, tembok, dinding, pagar, pohon, tiang dan sebagainya baik bersinar maupun yang disinari.

2. Reklame *Megatron/ Videotron/ Large Electronic Display (LED)*

Reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram dan difungsikan dengan tenaga listrik.

3. Reklame Kain

Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu.

4. Reklame Melekat (Stiker/ Poster)

Reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, dipasang, digantung pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm<sup>2</sup> per lembar.

5. Reklame Selebaran

Reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, diletakkan, dipasang atau digantungkan pada suatu benda lain.

## 6. Reklame Berjalan

Reklame yang ditempatkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.

## 7. Reklame Udara

Reklame yang diselenggarakan diudara dengan menggunakan gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis.

## 8. Reklame Suara

Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantara alat.

## 9. Reklame Film/ Slide

Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lain yang ada di ruangan.

## 10. Reklame Peragaan

Reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

## 2.6 Kepatuhan Wajib Pajak

### 2.6.1 Pengertian Kepatuhan

Menurut Dewinta (2012) dalam Widiastuti (2014), Kepatuhan secara umum adalah tunduk atau patuh pada suatu aturan yang telah ditetapkan. Kepatuhan adalah motivasi seseorang, kelompok, atau organisasi untuk berbuat atau tidak berbuat sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan. Sementara menurut Jayanto (2011) Kepatuhan pajak adalah sebagai suatu keadaan dimana wajib pajak

memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya. Artinya kepatuhan perpajakan adalah suatu keadaan dimana seorang wajib pajak dapat memenuhi kewajibannya dalam membayar pajak.

Dalam perpajakan dapat diartikan bahwa kepatuhan perpajakan merupakan keadaan dimana wajib pajak taat dan patuh dalam melaksanakan ketentuan perpajakan. Artinya setiap wajib pajak melaksanakan peraturan secara taat dan patuh terhadap undang-undang yang berlaku.

### **2.6.2 Jenis-Jenis Kepatuhan**

Menurut Safri Nurmantu dalam Siti Kurnia Rahayu (2010), terdapat dua macam kepatuhan dalam perpajakan yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan material yang diuraikan sebagai berikut:

1. Kepatuhan formal adalah suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi kewajiban secara formal sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan. Dalam hal ini kepatuhan formal meliputi:
  - a. Wajib pajak membayar dengan tepat waktu
  - b. Wajib pajak membayar dengan tepat jumlah
  - c. Wajib pajak mengetahui dan patuh terhadap undang-undang.
2. Kepatuhan material adalah suatu keadaan dimana wajib pajak secara substantif atau hakikatnya memenuhi semua ketentuan material perpajakan, yakni sesuai isi dan jiwa undang-undang perpajakan. Dalam hal ini, penjelasan mengenai kepatuhan material adalah:
  - a. Wajib pajak bersedia melaporkan informasi tentang pajak apabila petugas pajak membutuhkan informasi

- b Wajib pajak bersikap kooperatif (tidak menyusahkan) petugas pajak
- c Wajib pajak berkeyakinan bahwa melaksanakan kewajiban perpajakan merupakan tindakan sebagai warga negara yang baik dalam pelaksanaan proses administrasi perpajakan.

## 2.7 Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran merupakan hal yang timbul dari dalam diri sendiri dengan berbagai pertimbangan baik dari pikiran dan perasaan sehingga seseorang dapat melakukan tindakan secara sadar berdasarkan kemauan dirinya sendiri. Adapun pertimbangan yang dilakukan berdasarkan pengamatan serta pengalaman yang sudah terjadi sebelumnya.

Menurut Agus Nurfauzi (2016), kesadaran perpajakan adalah kerelaan memenuhi kewajiban dan memberikan kontribusi kepada negara yang menunjang pembangunan negara. Kesadaran wajib pajak berkonsekuensi logis untuk wajib pajak, yaitu kerelaan wajib pajak untuk pelaksanaan fungsi perpajakan dengan cara membayar pajak tepat waktu dan tepat jumlah. Wajib pajak yang memiliki kesadaran tinggi tidak menganggap membayar pajak merupakan suatu beban namun mereka menganggap hal ini adalah suatu kewajiban dan tanggung jawab mereka sebagai warga negara sehingga mereka tidak keberatan dan membayar pajaknya dengan suka rela dan tulus ikhlas.

Suryarini (2010), mengatakan bahwa Kesadaran dan kerelaan itu sangat tergantung pajak yang telah mereka bayarkan itu, benar dan akan bermanfaat digunakan bagi kepentingan rakyat bukan untuk disalah gunakan walaupun pajak adalah kontraprestasi secara tidak langsung namun apabila hasil yang diperoleh

oleh rakyat berupa fasilitas umum dapat dinikmati dengan baik, tentunya akan menepis keraguan wajib pajak terhadap pengelolaan pajak yang tidak transparan sehingga meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak yang ditandai ber-NPWP.

Menurut Marjan (2014), kesadaran wajib pajak dapat diketahui dengan melihat cara pandang wajib pajak terhadap pajak.

1. Wajib pajak sadar bahwa pajak yang dibayarkannya digunakan untuk pembangunan.
2. Wajib pajak sadar pajak digunakan untuk pelaksanaan fungsi pemerintahan guna kesejahteraan rakyat.
3. Wajib pajak sadar membayar pajak adalah kewajiban sebagai warga negara.

## **2.8 Pengetahuan Perpajakan**

Pengetahuan adalah hasil tahu manusia terhadap sesuatu, atau segala perbuatan manusia untuk memahami suatu objek tertentu yang dapat berwujud objek barang-barang baik lewat indra maupun lewat akal, dapat pula objek yang dipahami oleh manusia berbentuk ideal, atau yang bersangkutan dengan masalah kejiwaan (Utomo, 2011). Menurut Pancawati dan Nila (2011) dalam Susilawati, (2013), Pengetahuan Pajak yaitu langkah pendewasaan pemikiran seorang wajib pajak melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Melalui pendidikan formal dan non formal dapat meningkatkan pengetahuan wajib pajak, karna pengetahuan perpajakan merupakan hal yang paling mendasar harus dimiliki wajib pajak.



Pada umumnya seorang yang memiliki pengetahuan dan pendidikan akan mengerti bagaimana kewajiban dan hak yang harus dilaksanakannya sehingga tidak perlu sampai merasa terbebani dengan adanya sanksi dan hukuman. Orang yang memiliki pengetahuan dalam hal perpajakan cenderung lebih patuh dalam hal pembayaran pajak karena mereka sudah mengetahui tujuan serta manfaat pajak yang dibayarkannya.

Pada penelitian ini, peneliti mengetahui bahwa pengetahuan perpajakan harus dimiliki oleh setiap wajib pajak. Dikutip dari Marjan (2014), pengetahuan yang harus dimiliki wajib pajak diantaranya:

1. Pengetahuan akan peraturan Undang-Undang yang berlaku.
2. Pengetahuan cara perhitungan pajak.
3. Pengetahuan cara pembayaran pajak.

## **2.9 Sanksi Perpajakan**

Sanksi adalah suatu tindakan berupa hukuman yang diberikan kepada orang yang melanggar peraturan. Peraturan atau undang-undang merupakan rambu-rambu bagi seseorang untuk melakukan sesuatu mengenai apa yang harus dilakukan dan apa yang seharusnya tidak dilakukan. Sanksi diperlukan agar peraturan atau undang-undang tidak dilanggar (Arum, 2012 dalam Burhan, 2015).

Penerapan sanksi dalam perpajakan sebagai peraturan yang mendasari pemerintah dalam memungut pajak diharapkan mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Hal ini dikarenakan adanya hukuman sanksi yang akan diterima apabila wajib pajak tidak patuh dalam membayar pajak.

Dalam undang-undang sendiri sanksi perpajakan dibagi menjadi dua yaitu sanksi pidana dan sanksi administrasi.

Marjan (2014) mengatakan bahwa sanksi pajak dipersepsikan oleh wajib pajak sebagai:

1. Sarana pendidikan agar terciptanya kedisiplinan di bidang perpajakan.
2. Bentuk ketegasan terhadap keseluruhan wajib pajak.
3. Bentuk pelaksanaan peraturan perundang-undangan.

## **2.10 Sosialisasi Perpajakan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sosialisasi adalah suatu proses belajar seseorang anggota masyarakat untuk mengenal dan menghayati kebudayaan masyarakat di lingkungannya. Menurut Afianto (2017) kaitannya dengan perpajakan, maka sosialisasi pajak merupakan proses untuk mengenalkan kepada masyarakat tentang pajak agar mereka bisa menghayati arti penting dari pajak tersebut.

Berdasarkan Surat Edaran Dirjen Pajak No. SE-98/PJ./2011 tentang Pedoman Penyusunan Rencana Kerja dan Laporan Kegiatan Penyuluhan Perpajakan Unit Vertikal di Lingkungan Direktorat Jenderal Pajak, disebutkan bahwa upaya untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang hak kewajiban perpajakannya harus terus dilakukan karena beberapa alasan, antara lain:

1. Program ekstensifikasi yang terus menerus dilakukan Direktorat Jenderal Pajak diperkirakan akan menambah jumlah Wajib Pajak Baru yang membutuhkan sosialisasi/penyuluhan,

2. Tingkat kepatuhan Wajib Pajak terdaftar masih memiliki ruang yang besar untuk ditingkatkan,
3. Upaya untuk meningkatkan jumlah penerimaan pajak dan meningkatkan besarnya tax ratio,
4. Peraturan dan kebijakan di bidang perpajakan bersifat dinamis.

Sosialisasi perpajakan sendiri dibedakan menjadi dua, yaitu sosialisasi secara langsung dan tidak langsung. Dimana sosialisasi secara langsung dilakukan dengan cara bertatap muka secara langsung dengan para wajib pajak. Sementara sosialisasi secara tidak langsung dilakukan dengan berbagai macam cara dengan tidak berinteraksi secara langsung dengan wajib pajak. Sosialisasi secara tidak langsung dilakukan melalui berbagai macam media, seperti media cetak melalui koran, majalah, dan media elektronik seperti iklan di televisi, radio, serta *videotron*.

Bentuk sosialisasi perpajakan bisa dilakukan dengan penyuluhan. Kegiatan penyuluhan dan pelayanan pajak memegang peranan penting dalam upaya memasyarakatkan pajak sebagai bagian dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Kegiatan penyuluhan pajak memiliki andil besar dalam menyukseskan sosialisasi pajak ke seluruh wajib pajak. Sosialisasi yang diberikan kepada masyarakat dimaksudkan untuk memberikan pengertian kepada masyarakat akan pentingnya membayar pajak (Winerungan, 2013).

Sosialisasi perpajakan dapat diketahui dari wajib pajak. Seberapa sering mereka mengikuti sosialisasi. Dan bagaimana hasil setelah mengikuti sosialisasi. Apakah mereka menganggap sosialisasi yang dilakukan sudah efektif atau belum.

## **2.11 Kepuasan Pelayanan**

Kualitas pelayanan yang baik dipersepsikan berasal dari sudut pandang konsumen, bukan berdasarkan sudut pandang penyedia jasa atau petugas pajak. Jadi, pelayanan merupakan proses bantuan kepada wajib pajak yang dilakukan oleh petugas pajak dalam segala hal tentang perpajakan sehingga wajib pajak merasa terbantu dan merasa puas akan pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan yang diberikan fiskus kepada wajib pajak harus mencerminkan 4K yaitu keamanan, kepastian hukum, kenyamanan, dan kelancaran. Pelayanan kepada pelanggan dikatakan berkualitas jika memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau semakin kecil kesenjangan antara pemenuhan janji dengan harapan pelanggan adalah semakin mendekati ukuran berkualitas (Putri, 2013).

Kepuasan pelayanan didapat dari sudut pandang wajib pajak dimana wajib pajak merasa terbantu, pelayanan dari petugas pajak yang baik, serta pelayanan perpajakan yang lebih cepat dan efisien. Dari sudut pandang wajib pajak ini kemudian dapat ditentukan indikator untuk mengukur variabel tingkat kepuasan pelayanan.

## **2.12 Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan**

Modernisasi sistem administrasi yang dimaksud adalah perbaikan atau penyempurnaan kinerja administrasi yang sudah ada agar lebih efektif dan efisien. Tujuan dari reformasi administrasi perpajakan adalah bahwa administrasi perpajakan yang ada di suatu negara mengimplementasikan struktur perpajakan yang efisien, dan efektif, guna mencapai sasaran penerimaan pajak yang optimal

(Ririn, 2015). Suatu negara mengharapkan memiliki suatu sistem perpajakan yang sempurna, agar apa yang menjadi tujuan dari suatu pemerintahan negara dapat tercapai. Setiap usaha penyempurnaan memerlukan suatu perubahan, baik secara parsial maupun secara keseluruhan atau mendasar (Devano dan Rahayu, 2006 dalam Ririn, 2015). Perbaikan sistem administrasi dapat dilihat dari:

1. Pelayanan sistem perpajakan berbasis elektronik
2. Pembaruan tata cara perpajakan.

Reformasi sistem perpajakan ini menurut Jayanto (2011) diharapkan menghasilkan mekanisme pelayanan perpajakan yang bertanggungjawab secara internal-institusional (*responsibility*) dan dapat dipertanggungjawabkan secara external-social (*accountability*). Reformasi institusional yang bersifat administrasi pelayanan ini dengan berani diikuti pula dengan reformasi di bidang mental-spiritual aparat pajak. Menurut Fahluzy (2014), Modernisasi layanan pajak diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak karena dapat mempermudah cara pembayaran dan pelaporan pajak. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) juga sudah membuat situs yang mempermudah dalam mengakses peraturan dan informasi perpajakan untuk membayar pajak, diantaranya melalui *e-banking*, *e-SPT*, dan *e-filing*.

### **2.13 Benefit Langsung**

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), *benefit* atau keuntungan adalah ketika seseorang mendapat untung (laba). Yang dimaksud dalam variabel ini adalah apakah wajib pajak mendapat keuntungan dari hasilnya membayar pajak. Yang dimaksud *benefit* langsung adalah keuntungan yang didapat tepat

pada saat membayar pajak saat itu juga tanpa ada perantara dari pihak ketiga maupun adanya jeda waktu yang panjang dalam pembayaran pajak hingga penerimaan keuntungan.

Variabel ini masih jarang digunakan di penelitian sebelumnya. Pengukuran keuntungan langsung dapat dilihat dari:

1. Keuntungan yang didapat wajib pajak.
2. Dampak yang diterima wajib pajak setelah *benefit* didapat.

#### **2.14 Kajian Penelitian Terdahulu**

Selain didukung oleh teori yang sudah disampaikan, penulis merujuk pada penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, sanksi perpajakan, sosialisasi perpajakan, kepuasan pelayanan, modernisasi sistem administrasi pembayaran, serta *benefit* secara langsung dalam pembayaran pajak reklame.

Pada tahun 2013 dalam penelitian yang dilakukan Michael Busler dengan judul “Income tax policy: is a single rate tax optimum for long-term economic growth?” menemukan bahwa setelah adanya peraturan *single rate tax optimum* terjadi peningkatan pada *GDP real* dan meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Pada penelitian yang dilakukan William Bekoe, Michael Danquah, dan Sampson Kwabena Senahey pada tahun 2015 yang berjudul “*Tax reform and revenue mobilization in Ghana*” didapatkan hasil reformasi perubahan peraturan pajak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap struktur pajak dan pengendalian pajak individu.



Kemudian terdapat penelitian yang dilakukan oleh I G. A. M. Agung Mas Andriani Pratiwi dan Putu Ery Setiawan. Mereka meneliti tentang pengaruh kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kondisi keuangan perusahaan, dan persepsi tentang sanksi perpajakan pada kepatuhan pajak reklame di Dinas Pendapatan kota Denpasar. Penelitian yang dilakukan tahun 2014 ini didapatkan hasil kesadaran, kualitas pelayanan, kondisi keuangan, dan persepsi tentang sanksi berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan pajak reklame.

Selanjutnya pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame di Dinas Pendapatan Kota Palembang” dimana penelitian tersebut dilakukan oleh Lian Ade Saputra, Rika Kharlina Ekawati, dan Icha Fajrina didapatkan hasil bahwa kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, serta kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan pajak reklame.

Sementara pada penelitian tahun 2015 yang dilakukan oleh Ririn Irmayani yang berjudul “Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak” didapatkan hasil hanya modernisasi prosedur yang berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak, sementara modernisasi struktur organisasi, modernisasi strategi organisasi, dan modernisasi budaya organisasi tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak.

UNNES  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>Peneliti</b>	<b>Judul</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Michael Busler	Income tax policy: is a single rate tax optimum for long-term economic growth?	Setelah adanya peraturan <i>single rate tax optimum</i> terjadi peningkatan pada <i>GDP real</i> dan meningkatkan taraf hidup masyarakat.
William Bekoe, Michael Danquah, dan Sampson Kwabena Senahey	<i>Tax reform and revenue mobilization in Ghana</i>	Reformasi perubahan peraturan pajak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap struktur pajak dan pengendalian pajak individu.
I G. A. M. Agung Mas Andriani Pratiwi dan Putu Ery Setiawan	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Kondisi Keuangan Perusahaan, dan Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan pada Kepatuhan Pajak Reklame di Dinas Pendapatan Kota Denpasar.	Kesadaran, kualitas pelayanan, kondisi keuangan, dan persepsi tentang sanksi berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan pajak reklame.
Lian Ade Saputra, Rika Kharlina Ekawati, dan Icha Fajrina	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame di Dinas Pendapatan Kota Palembang	Kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, serta kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan pajak reklame.
Ririn Irmayani	Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	1.Modernisasi prosedur yang berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak 2.Modernisasi struktur organisasi, modernisasi strategi organisasi, dan modernisasi budaya

Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
		organisasi tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak.

Sumber: Berbagai Penelitian Terdahulu (2017)

## 2.15 Kerangka Berpikir

Kepatuhan pajak merupakan salah satu indikator seberapa tinggi ataupun rendahnya penerimaan pajak suatu negara. Menurut Nurfauzi (2016), kepatuhan membayar pajak adalah masalah pola pikir yang mempengaruhi kemauan si pembayar pajak/wajib pajak untuk memenuhi dan melaksanakan kewajiban perpajakannya. Kepatuhan membayar pajak dapat dilihat dari sikap dan perilaku wajib pajak yang diperlihatkan dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, sadar akan pentingnya membayar pajak, taat terhadap peraturan selalu tepat waktu dalam membayar pajak.

### 2.15.1 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Agus Nurfauzi (2016), kesadaran perpajakan adalah kerelaan memenuhi kewajiban dan memberikan kontribusi kepada negara yang menunjang pembangunan negara. Oleh karena itu kesadaran wajib pajak merupakan suatu hal yang timbul dari dalam diri sendiri sehingga dirinya mau membayar pajak secara rutin dan teratur sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak dalam penelitian yang dilakukan Utomo adalah kesadaran wajib pajak, kesadaran adalah keadaan mengetahui atau mengerti, sedangkan perpajakan adalah perihal pajak. Sehingga kesadaran wajib pajak artinya adalah kerelaan dari masing-masing wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya dalam membayar pajak demi terciptanya fungsi

pajak secara optimal. Indikator yang digunakan untuk mengukur sadar atau tidaknya wajib pajak yaitu penundaan pembayaran pajak sangat merugikan negara, pelayanan dan fasilitas umum berasal dari pajak, membayar pajak merupakan kewajiban setiap warga negara, membayar pajak merupakan bentuk partisipasi pembangunan negara.

Teori atribusi menjelaskan hubungan kesadaran wajib pajak bahwa perilaku seseorang dipengaruhi salah satunya dari dalam diri sendiri. Seseorang dalam dirinya akan sadar bahwa pajak adalah hal yang wajib dibayarkan, sehingga wajib pajak taat dalam membayar pajak. Teori atribusi juga menjelaskan perilaku seseorang dipengaruhi dari luar diri. Hal ini menunjukkan bila wajib pajak lain selalu taat dalam membayar pajak, bisa jadi wajib pajak itu sendiri akan ikut sadar dan taat dalam membayar pajak. Selain itu pembangunan di lingkungan sekitar wajib pajak apabila pembangunannya pesat maka akan mempengaruhi kesadaran wajib pajak bahwa pajak yang dibayarkannya akan meningkatkan pembangunan di daerahnya. Hal itu merupakan salah satu faktor dari luar yang dapat mempengaruhi kesadaran wajib pajak untuk patuh dalam membayar pajak reklame.

Teori pembelajaran sosial turut juga mendukung hubungan antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Ketika seseorang wajib pajak belajar melalui pengamatan dan pengalaman langsung bahwa orang lain membayar pajak tentunya wajib pajak akan sadar untuk membayar pajak. Pengamatan serta pengalaman bahwa pembangunan di lingkungan wajib pajak berasal dari pajak yang dibayarkan juga bisa menjadi hal yang menjadikan wajib pajak sadar akan

membayar pajak. Teori-teori ini yang mendasari pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian yang lain yang dilakukan Lestari (2016), didapatkan hasil bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh pada kepatuhan pajak. Pada penelitian sebelumnya juga sejalan, pada tahun 2011, Utomo melakukan penelitian yang hasilnya kesadaran wajib pajak juga berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak. Atas dukungan hasil dari penelitian-penelitian terdahulu, peneliti memperkirakan bahwa kesadaran wajib pajak akan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

#### **2.15.2 Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Pengetahuan Pajak menurut Putri (2013) yaitu langkah pendewasaan pemikiran seorang wajib pajak melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Melalui pendidikan formal dan non formal dapat meningkatkan pengetahuan wajib pajak, karna pengetahuan perpajakan merupakan hal yang paling mendasar harus dimiliki wajib pajak. Apabila wajib pajak memiliki pengetahuan yang tinggi maka dia akan tau bagaimana penghitungan pajak, tata cara membayar pajak, sehingga dia patuh dalam hal membayar pajak.

Teori Atribusi mendukung variabel pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini disebabkan pengetahuan seorang didapat dari faktor eksternal, seperti melalui pendidikan formal, maupun informasi dari wajib pajak lain. Pengetahuan yang didapat dari orang lain tentang pentingnya membayar pajak akan membuat wajib pajak semakin tahu. Wajib pajak yang



berpengetahuan tinggi akan pentingnya pajak, diharapkan mampu taat dan patuh juga dalam kewajiban perpajakannya.

Teori pembelajaran sosial juga mendukung pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Wajib pajak yang melakukan pengamatan terhadap suatu hal artinya mereka sedang belajar untuk mendapatkan pengetahuan. Wajib pajak yang memiliki pengetahuan akan bisa menentukan tindakan apa yang harus dilakukan selanjutnya. Wajib pajak yang patuh membayar pajak kemudian akan menjadi contoh baik bagi wajib pajak lain, dan menjadi sumber pengetahuan akan pentingnya membayar pajak. Pengetahuan perpajakan menjadi hal dasar yang harus dimiliki wajib pajak sehingga perlunya pembelajaran dari wajib pajak.

Faktor pengetahuan perpajakan diharapkan mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Dimana pengetahuan perpajakan merupakan hal yang paling mendasar yang harus dimiliki oleh setiap wajib pajak, dimana pengetahuan perpajakan dapat diperoleh dari pembelajaran secara formal maupun informal. Adapun indikator pengetahuan yang harus dimiliki wajib pajak adalah, pengetahuan akan undang-undang perpajakan yang berlaku, mengetahui berapa jumlah pajak yang harus dibayarkannya, serta bagaimana tata cara pembayaran pajak.

Pada penelitian Utomo (2011), menunjukkan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, namun pada penelitian Putri (2013) pengetahuan perpajakan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Kemudian pada tahun 2015



melalui penelitian Kemala ditunjukkan bahwa pengetahuan yang dimiliki wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

### **2.15.3 Pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak**

Menurut Arumi dalam Burhan (2015) sanksi adalah suatu tindakan berupa hukuman yang diberikan kepada orang yang melanggar peraturan. Peraturan atau undang-undang merupakan rambu-rambu bagi seseorang untuk melakukan sesuatu mengenai apa yang harus dilakukan dan apa yang seharusnya tidak dilakukan. Sanksi diperlukan agar peraturan atau undang-undang tidak dilanggar. Wajib pajak yang taat akan peraturan dan takut akan sanksi tentunya akan patuh dalam membayar pajak.

Teori yang mendukung pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak adalah teori atribusi. Pengaruh sanksi perpajakan merupakan faktor yang berasal dari luar. Sanksi merupakan hal yang diberikan oleh petugas pajak. Wajib pajak yang mendapat sanksi perpajakan, diharapkan selanjutnya wajib pajak lebih patuh dalam hal kewajiban perpajakannya. Semakin ketat sanksi yang diberikan, semakin tinggi juga pengaruh dari luar terhadap kepatuhan wajib pajak dalam menyelesaikan kewajiban perpajakannya.

Teori *planned of behavior* juga mendukung pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sanksi yang diterapkan oleh petugas pajak tentunya berdasarkan perencanaan agar wajib pajak takut dan akhirnya taat dan patuh terhadap kewajiban perpajakannya. Wajib pajak juga harus punya perencanaan yang baik dalam pengelolaan perpajakannya agar tidak terkena sanksi perpajakan. Perencanaan yang baik dalam bertindak dapat menghindari

wajib pajak terkena sanksi perpajakan, salah satunya dengan patuh dalam membayar pajak.

Teori pembelajaran sosial juga turut mendukung pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pengamatan yang dilakukan wajib pajak terhadap wajib pajak lain yang terkena sanksi merupakan proses pembelajaran. Wajib pajak yang telah melakukan pengamatan dan pembelajaran, mereka akan dapat menentukan pilihan tindakan selanjutnya. Diharapkan wajib pajak akan bijak dalam menentukan tindakan agar tidak terkena sanksi perpajakan. Wajib pajak yang mengerti akan sanksi pajak diharapkan akan taat dan patuh dalam hal kepatuhan perpajakannya.

Sanksi perpajakan merupakan faktor yang diharapkan mampu mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Sanksi merupakan salah satu peraturan yang digunakan untuk menjaga agar tingkat kepatuhan pajak tetap tinggi. Persepsi tentang sanksi perpajakan dinilai dari sisi wajib pajak dapat diukur dengan indikator sanksi perpajakan diberikan sebagai bentuk pendidikan kepada wajib pajak, pemberian sanksi pajak tidak pilih kasih artinya siapapun pelanggarnya akan terkena sanksi pajak, penerapan sanksi pajak telah sesuai dengan peraturan undang-undang yang berlaku.

Dalam penelitian Rohmawati Sanksi pajak berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak. Namun tahun 2015 pada penelitian yang dilakukan Burhan didapatkan hasil bahwa persepsi wajib pajak tentang sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Kemudian pada tahun

2016 penelitian yang dilakukan Lestari menunjukkan bahwa sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

#### **2.15.4 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Sosialisasi perpajakan merupakan upaya untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang hak kewajiban perpajakannya, dimana dalam hal ini dilakukan oleh pemerintah yang targetnya merupakan wajib pajak baik yang belum terdaftar, wajib pajak baru, dan wajib pajak yang sudah terdaftar. Sosialisasi perpajakan sendiri dapat dilakukan secara formal maupun tidak formal. Sosialisasi secara formal biasanya melalui seminar, workshop, maupun pelatihan. Sementara yang melalui cara tidak formal, sosialisasi dilakukan melalui media cetak maupun elektronik.

Pengaruh dari luar mempengaruhi sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini sejalan dengan teori atribusi dimana perilaku seseorang dipengaruhi dari dalam diri maupun dari luar. Faktor sosialisasi perpajakan pengaruh yang didapat merupakan pengaruh dari luar. Sosialisasi diberikan dari petugas pajak, yang diharapkan mampu memberikan dampak berupa taat dan patuhnya wajib pajak dalam menyelesaikan kewajiban perpajakan mereka. Wajib pajak yang paham akan materi sosialisasi yang diberikan diharapkan akan mampu memberikan dampak pengaruh kepatuhan yang lebih tinggi dalam hal kewajiban perpajakannya.

*Theory of planned behavior* mendukung pengaruh faktor sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi yang diterima wajib pajak diharapkan mampu menjadi dasar tindakan wajib pajak yang dilakukan.

Sosialisasi akan pentingnya pajak terhadap pembangunan akan membuat wajib pajak patuh dalam membayar pajak karena mereka akan mengetahui kemana dana yang mereka keluarkan untuk membayar pajak itu digunakan. Perencanaan tindakan seperti penghitungan pajak yang akan dibayarkan dilakukan setelah wajib pajak menerima sosialisasi sebagai bentuk respon terhadap apa yang diberikan oleh petugas pajak.

Sosialisasi perpajakan juga sebagai variabel yang diharapkan mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak, dimana penilaian sosialisasi dipandang dari sudut wajib pajak terhadap sosialisasi yang diberikan oleh pemerintah. Sosialisasi perpajakan merupakan kegiatan yang menurut Herryanto (2011) fokus tujuannya kepada tiga golongan wajib pajak. Pertama bagi calon wajib pajak, wajib pajak baru, serta wajib pajak yang sudah terdaftar. Sosialisasi juga dibedakan menjadi dua cara yaitu sosialisasi langsung dan sosialisasi tidak langsung. Indikator pengukuran pelaksanaan sosialisasi perpajakan dari sudut pandang wajib pajak adalah seberapa sering wajib pajak mengikuti sosialisasi pajak secara langsung, sosialisasi perpajakan secara tidak langsung membantu atau tidak, serta seberapa efektif sosialisasi perpajakan dilakukan.

Teori pembelajaran sosial turut serta mendukung pengaruh faktor ini. Sosialisasi merupakan bentuk interaksi sosial antara wajib pajak dengan petugas pajak. Hal tersebut menunjukkan bahwa wajib pajak harus bisa mengamati dan mempelajari apa yang disampaikan petugas pajak. Pengamatan serta mempelajari apa yang disampaikan petugas pajak sebagai dasar untuk melakukan tindakan

selanjutnya, dimana hal yang dimaksud adalah kewajiban perpajakannya. Diharapkan wajib pajak yang paham akan materi yang disampaikan petugas pajak dapat taat dan patuh dalam hal kewajiban perpajakan mereka.

Menurut Herryanto pada penelitiannya tahun 2011, sosialisasi dapat berpengaruh positif terhadap penerimaan pajak yang artinya kepatuhan wajib pajak juga tinggi. Dan pada tahun 2015 penelitian Herryanto didukung oleh penelitian Burhan yang menunjukkan hasil bahwa sosialisasi berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Atas dukungan dari penelitian sebelumnya peneliti memperkirakan bahwa sosialisasi berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

#### **2.15.5 Pengaruh Kepuasan Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Pelayanan merupakan proses bantuan kepada wajib pajak yang dilakukan oleh petugas pajak dalam segala hal tentang perpajakan sehingga wajib pajak merasa terbantu dan merasa puas akan pelayanan yang diberikan. Sehingga apabila wajib pajak merasa puas akan pelayanan yang diberikan petugas pajak maka akan taat dan patuh dalam membayar pajak karena merasa terbantu akan pelayanannya.

Kepuasan pelayanan menjadi faktor lain yang diharapkan mampu mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Kepuasan pelayanan merupakan pandangan dari sudut pandang wajib pajak dimana wajib pajak merasa terpuaskan atas pelayanan yang diberikan oleh fiskus atau pelayan pajak. Yang menjadi indikator pengukuran kepuasan pelayanan adalah wajib



pajak merasa terbantu dalam proses pembayaran pajak, ramah atau tidaknya sikap pelayan pajak, menjadikan proses pembayaran lebih efisien.

Teori atribusi mendukung pengaruh faktor ini. Kepuasan pelayanan merupakan respon dari wajib pajak atas apa yang diterima dari pelayanan petugas pajak. Pelayanan yang diberikan petugas pajak merupakan faktor dari luar yang mendasari tindakan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Wajib pajak yang merasa puas terhadap pelayanan petugas pajak diharapkan akan mampu mematuhi kewajiban perpajakannya. Hal ini sejalan dengan kerangka berpikir ini.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan Susilawati (2013) serta penelitian dari Syahril (2013) menunjukkan hal yang sama bahwa kepuasan akan pelayanan dari petugas pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu, berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti memperkirakan bahwa kepuasan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

#### **2.15.6 Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Modernisasi yang dimaksud adalah perbaikan sistem yang sudah ada yang tujuannya adalah perbaikan serta penyempurnaan agar dalam segala proses yang berhubungan dengan perpajakan menjadi lebih efektif dan efisien. Hal ini yang diharapkan dapat mempermudah wajib pajak sehingga dapat patuh dalam hal pembayaran pajak.

Modernisasi sistem administrasi pelayanan pajak juga diharapkan mampu mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Dengan adanya



modernisasi diharapkan pembayaran pajak menjadi lebih mudah sehingga wajib pajak merasa terbantu dan lebih patuh. Modernisasi sistem administrasi diukur dengan indikator seberapa faham wajib pajak dengan sistem pembayaran dan pelaporan pajak secara elektronik, serta pemahaman akan proses tata cara pembayaran pajak.

Teori atribusi mendukung kerangka berpikir ini. Modernisasi sistem administrasi yang merupakan faktor dari luar karena diperoleh dari reformasi sistem yang dilakukan petugas pajak. Tujuannya agar wajib pajak dapat lebih mudah memenuhi kewajiban perpajakannya. Modernisasi sistem administrasi diharapkan mampu membuat wajib pajak bijak dalam bertindak dengan patuh dalam kewajiban perpajakannya. Wajib pajak yang merasa terbantu dengan adanya modernisasi sistem administrasi nantinya akan lebih mudah dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, sehingga mereka lebih patuh.

Pada penelitian Irmayani (2015) menunjukkan bahwa modernisasi sistem yang dimaksudkan adalah prosedur organisasi berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Dari penelitian tersebut peneliti membuat perkiraan bahwa modernisasi sistem dapat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

#### **2.15.7 Pengaruh *Benefit* Langsung terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

*Benefit* atau keuntungan yang dimaksud adalah timbal balik apa yang diterima pada saat wajib pajak tersebut membayarkan pajaknya. Dalam hal ini keuntungan secara langsung yang dimaksud adalah keuntungan yang didapat pada saat itu juga. Misalnya pada wajib pajak badan, saat mereka membayar pajak

penjualan produk mereka dapat meningkat, hal inilah yang mungkin membuat wajib pajak tersebut taat dan patuh dalam membayar pajak.

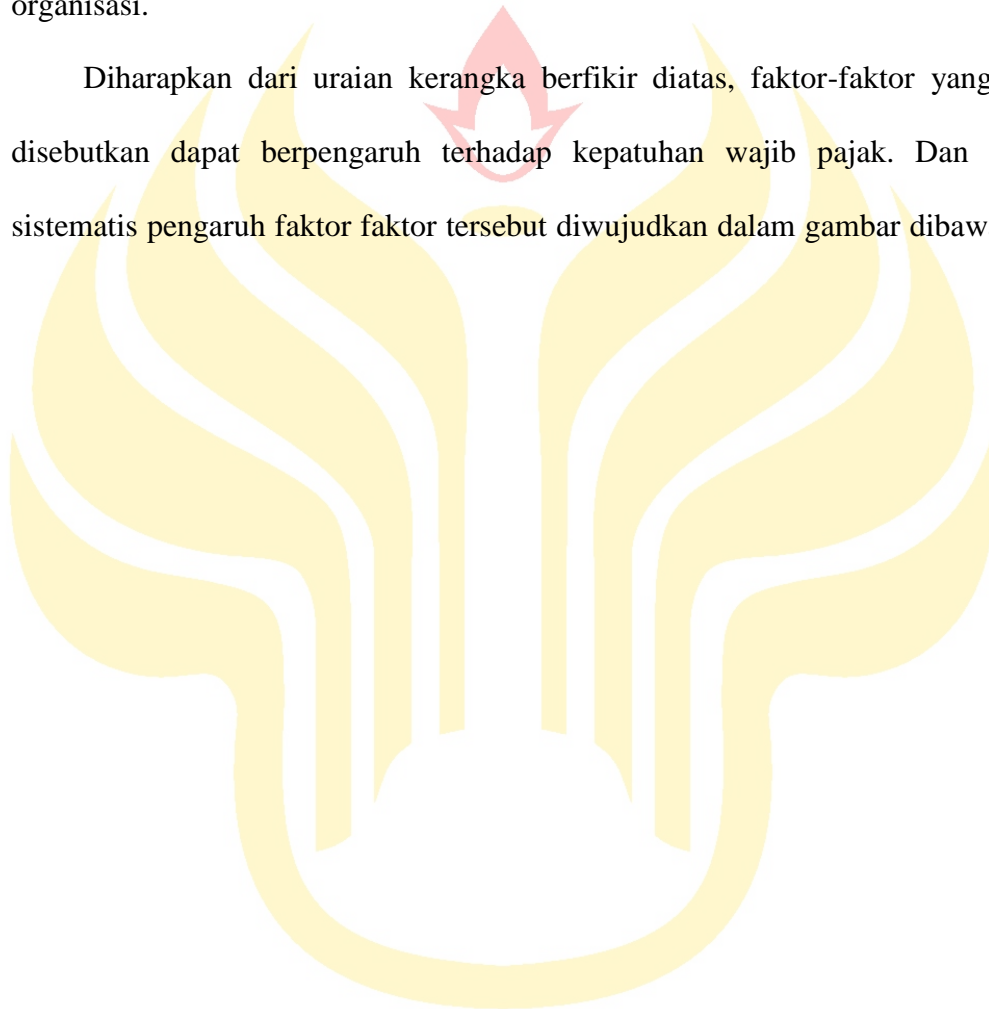
Variabel ini merupakan variabel baru yang dimunculkan sebagai orisinalitas peneliti sehingga masih jarang ditemukan penelitian tentang pengaruh *benefit* langsung terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun atas logika peneliti bahwa apabila seseorang mendapat keuntungan atas apa yang dikeluarkannya, tentu dia akan rela untuk mengeluarkan sebagian kekayaannya untuk membayar pajak. Oleh karena itu peneliti berharap *benefit* langsung dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak secara signifikan.

Teori atribusi menjelaskan pengaruh dari dalam diri seseorang maupun yang berasal dari luar. Hal ini sejalan dengan kerangka berpikir bahwa *benefit* langsung berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dikarenakan *benefit* langsung merupakan manfaat yang diterima dalam diri seseorang. Wajib pajak yang menerima manfaat dalam dirinya akan dapat menentukan tindakan apa yang akan dilakukan selanjutnya. Wajib pajak yang mendapat keuntungan dari hasilnya membayar pajak diharapkan akan terus patuh terhadap segala hal yang menyangkut kewajiban perpajakannya. Keseimbangan akan diterimanya hak dan kewajiban perpajakan menjadi hal yang mendasari tindakan wajib pajak dalam mematuhi kewajiban perpajakannya.

Variabel tentang *benefit* langsung yang didapat wajib pajak yang diharapkan mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Hal ini dikarenakan apabila seseorang mendapat keuntungan dari apa yang dikeluarkannya tentunya dia akan rela untuk kembali mengeluarkan materi untuk kembali mendapat keuntungan.

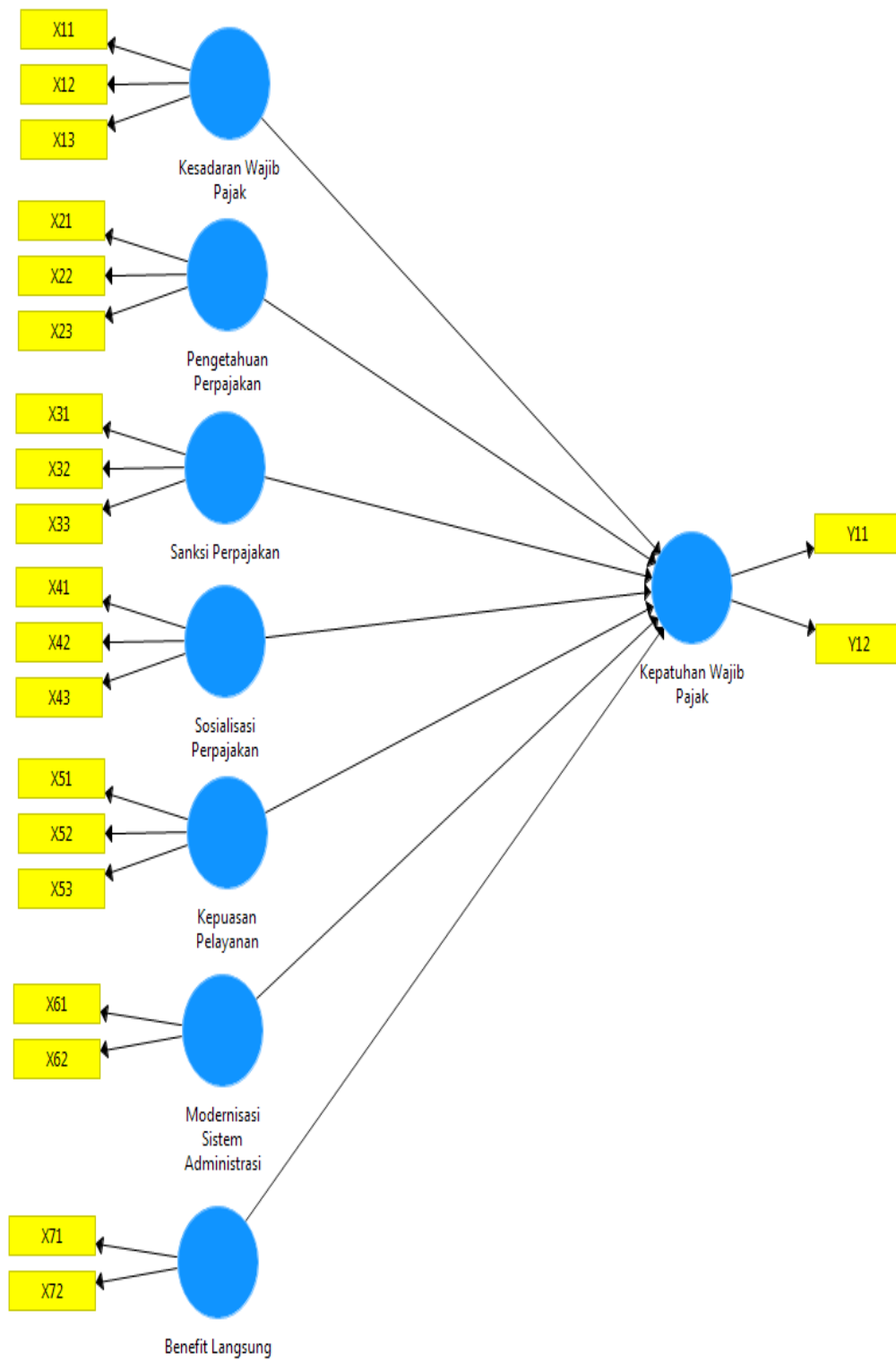
Indikator yang dijadikan dasar pengukuran variabel *benefit* langsung adalah keuntungan apa yang didapatkan wajib pajak, seberapa besar dampaknya terhadap organisasi.

Diharapkan dari uraian kerangka berfikir diatas, faktor-faktor yang telah disebutkan dapat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Dan secara sistematis pengaruh faktor faktor tersebut diwujudkan dalam gambar dibawah ini:



# UNNES

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG



**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir**

**Tabel 2.2**  
**Tabel Keterangan Variabel Penelitian**

Variabel		Indikator
X1	Kesadaran Wajib Pajak	Pajak Untuk pembangunan
		Pajak Untuk Pemerintahan
		Kewajiban Warga Negara
X2	Pengetahuan Perpajakan	Undang-Undang Yang Berlaku
		Cara Perhitungan
		Cara Pembayaran
X3	Sanksi Perpajakan	Sarana Pendidikan
		Tegas Kepada Wajib Pajak
		Sesuai Undang-Undang
X4	Sosialisasi Perpajakan	Intensitas
		Hasil Sosialisasi
		Efektifitas
X5	Kepuasan Pelayanan	Membantu Pemahaman
		Baiknya Pelayanan
		Efisiensi Pembayaran Pajak
X6	Modernisasi Sistem Administrasi	Pembayaran Secara Elektronik
		Tata Cara Terbaru
X7	<i>Benefit</i> Langsung	Keuntungan Yang Didapat
		Dampak Keberlanjutan
Y	Kepatuhan Wajib Pajak	Menghitung Sendiri
		Ketepatan Waktu

### 2.13 Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis penelitian dalam penelitian ini adalah:

H1: Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

H2: Pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan wajib pajak.

H3: Sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

H4: Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak

H5: Kepuasan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

H6: Modernisasi sistem berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

H7: *Benefit* langsung berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak





## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Setelah melakukan pengujian pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen yang diuraikan dalam pembahasan sebelumnya di bab IV, maka telah didapatkan beberapa kesimpulan hasil penelitian. Kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Variabel kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil tersebut memiliki arti bahwa tingginya kesadaran wajib pajak dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak.
2. Variabel pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil tersebut memiliki arti bahwa tinggi atau rendahnya pengetahuan perpajakan tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.
3. Variabel sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Artinya bahwa bagaimanapun sanksi yang diterapkan tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.
4. Variabel sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil tersebut berarti bagaimanapun sosialisasi diadakan oleh petugas pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.
5. Variabel kepuasan pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil tersebut memiliki arti bahwa persepsi setiap responden akan kepuasan berbeda-beda sehingga tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.

6. Variabel modernisasi sistem administrasi berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil tersebut memiliki arti bahwa modernisasi sistem administrasi diharapkan meningkat sehingga dapat berpengaruh meningkatkan kepatuhan wajib pajak.
7. Variabel *benefit* langsung berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil tersebut memiliki arti bahwa *benefit* langsung diharapkan dapat diterima wajib pajak sehingga dapat berpengaruh meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

## 5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Petugas Pajak
  - a. Perbaiki sistem administrasi perpajakan sehingga lebih memudahkan wajib pajak dalam menyelesaikan kewajibannya sehingga semakin meningkatkan kepatuhan wajib pajak.
  - b. Upaya pemberian penghargaan kepada wajib pajak yang patuh dalam hal perpajakan seperti yang dilakukan Dinas Pendapatan Daerah Kota Padang, sehingga memberikan keuntungan dan manfaat langsung kepada wajib pajak.

## 2. Bagi perusahaan

Lebih memahami dengan sistem administrasi perpajakan yang terbaru yang memudahkan wajib pajak dalam menyelesaikan kewajiban perpajakannya sehingga meningkatkan kepatuhan perpajakan.

## 3. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah responden, memperluas wilayah penelitian, dan memperbesar ruang lingkup penelitian agar penelitian berikutnya cakupannya lebih luas dan hasil yang didapat lebih akurat.
- b. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner tertutup, disarankan untuk menambah metode lain dalam pengumpulan data untuk mendapatkan data yang lebih akurat

## DAFTAR PUSTAKA

- Afianto, Ferizal Ahmad, 'Pengaruh Sosialisasi Pajak Kualitas Pelayanan Fiskus, Dan Biaya Kepatuhan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Dengan Sanksi Pajak Sebagai Variabel Moderasi Di D.I Yogyakarta' (Universitas Islam Indonesia, 2017)
- Al-Musthofa, Ilyas, 'Pemkab Rembang Kembali Kecolongan Reklame Liar' <suaramerdeka.com> [accessed 27 February 2017]
- Bekoe, William, Michael Danquah, Sampson Kwabena, William Bekoe, Michael Danquah, and Sampson Kwabena Senahey, 'Tax Reforms and Revenue Mobilization in Ghana', *Journal of Economic Studies*, 2016 <<https://doi.org/10.1108/JES-01-2015-0007>>
- Burhan, Hana Pratiwi, 'Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, Persepsi Wajib Pajak Tentang Sanksi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi' (Universitas Diponegoro, 2015)
- Busler, Michael, 'Income Tax Policy : Is a Single Rate Tax Optimum for Long-Term Economic Growth?', *World Journal of Entrepreneurship, Management, and Sustainable Development*, 2013 <<https://doi.org/10.1108/WJEMSD-01-2013-0008>>
- Fahluzy, Septian Fahmi, and Linda Agustina, 'Accounting Analysis Journal', *Accountng Analysis Journal*, 3 (2014), 399–406
- Garis-Garis Besar Haluan Negara Tahun 1999*
- Ghozali, Imam, *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, 3rd edn (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2011)
- Harvey, John H, 'This Week's Citation Classic', *The Psychology of Interpersonal Relations*, 15 (1993)
- Herryanto, Marisa, and Agus Arianto Toly, 'Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak , Kegiatan Sosialisasi Perpajakan , Dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan Di KPP Pratama Surabaya Sawahan', 2011
- Illahi, Rahmat, 'Pajak Penyumbang PAD Terbesar, Walikota Padang Serahkan Penghargaan Wajib Pajak Terbaik' <minangkabaunews.com> [accessed 27 February 2017]
- Irmayani, Ririn, and Titik Mildawati, 'Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak', *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4 (2015), 1–15
- Istianto, Donna Dwi, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten Semarang' (Universitas Diponegoro, 2011)
- Jayanto, Prabowo Yudo, 'Faktor-Faktor Ketidapatuhan Wajib Pajak', *Jurnal Dinamika Manajemen*, 2 (2011), 48–61
- Kemala, Winda, 'Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sikap Wajib Pajak Dan Reformasi Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor', *Jurnal Online Mahasiswa*, 2015, 1–15
- Key, Kimberly, Teresa Lightner, and Bing Luo, 'The Effects of Property Taxes and Public Service Benefits on Housing Values : A County-Level Analysis', *Advances In Taxation* 2016 <<https://doi.org/10.1108/S1058-749720160000023007>>

- Lestari, Nur Wachida Cintya, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Kasus SAMSAT Kabupaten Kepulauan Selayar)', 2016
- Marjan, Restu Mutmainnah, 'Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Formal Wajib Pajak (Studi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Selatan)' (Universitas Hasanuddin, 2014)
- Nurfauzi, Agus, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan Perdesaan Dan Perkotaan Di Kecamatan Wanasari Kabupaten Brebes' (Universitas Negeri Semarang, 2016)
- Nurmayasari, Dini, 'Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang' (Universitas Diponegoro, 2010)
- 'Pajak Reklame Sudah Dua Kali Disorot BPK' <radarcirebon.com> [accessed 27 February 2017]
- Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 2 Tahun 2002*
- Perbendaharaan, Kanwil Dirjen, *Realisasi APBD Tahun 2016*, 2016
- Pratiwi, I G A M Agung Mas Andriani, and Putu Ery Setiawan, 'Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Kondisi Keuangan Perusahaan, Dan Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Di Dinas Pendapatan Kota Denpasar', *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 1 (2014), 139–53
- Putri, Amanda R. Siswanto Ketut, and I Ketut Jati, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Denpasar', *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udyana*, (2013) 661–77
- Putri, Carola Ditta Surya, 'Analisis Pengaruh Pengetahuan Umum, Tingkat Ekonomi, Dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan PBB Masyarakat Desa Dan Kota Dengan Variabel Moderating Kontrol Petugas Desa / Kelurahan ( Studi Kasus Pada Kabupaten Demak )' (Universitas Diponegoro, 2013)
- Rachmawati, Ira, 'Pengelola Tunggak Pajak Rp 180 Juta, Papan Reklame Diturunkan' <kompas.com> [accessed 27 February 2017]
- Rahayu, Siti Kurnia, and Ely Suhayati, *Perpajakan: Teori Dan Teknik Perhitungan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)
- Rohmawati, Alifa Nur, and Ni Ketut Rasmini, 'Pengaruh Kesadaran, Penyuluhan, dan Sanksi Perpajakan pada Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi', *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 1 (2012), 1–17
- Saputra, Lian Ade, Rika Kharlina Ekawati, and Icha Fajriana, 'Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Di Dinas Pendapatan Daerah Kota Palembang', *Jurnal Ilmiah STIE MDP*, (2014)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2012)
- Suryarini, Trisni, and Syaiful Anwar, 'Dampak Kebijakan Sunset Policy Terhadap Kemauan Membayar Pajak Pada KPP Semarang Barat', *Jurnal Dinamika*



- Akuntansi*, 2 (2010), 135–45
- Suryarini, Trisni, and Tarsis Tarmudji, *Pajak Di Indonesia*, 1st edn (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011)
- Susilawati, Ketut Evi, and Ketut Budiarta, 'Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sanksi Perpajakan Dan Akuntabilitas Pelayanan Publik Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor', *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 2 (2013), 345–57
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009*, 2009
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004*
- Utomo, Banyu Ageng Wahyu, 'Pengaruh Sikap, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan Di Kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan' (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2011)
- Wahyudin, Agus, *Metode Penelitian Bisnis & Pendidikan*, 1st edn (Semarang: Unnes Press, 2015)
- Widiastuti, Riana, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Pajak Bumi Dan Bangunan P-2 ( Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kabupaten Klaten )' (Universitas Diponegoro, 2014)
- Winerungan, Oktaviane L, 'Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan WPOP Di KPP Manado Dan KPP Bitung', *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 1 (2012), 960–70