

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Teori Atribusi (*Atribusi Theory*)

Atribusi merupakan salah satu proses pembentukan kesan. Atribusi mengacu pada bagaimana orang menjelaskan perilaku orang lain atau dirinya sendiri. Teori atribusi relevan untuk menjelaskan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak yang digunakan dalam model penelitian ini. Kepatuhan Wajib Pajak dapat dikaitkan dengan sikap wajib pajak dalam membuat penilaian terhadap pajak itu sendiri (Rahmah, 2016).

Menurut (Susherdianto, 2014) teori atribus sangat relevan untuk menjelaskan hal-hal yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak pada penelitian yang berkaitan dengan pengaruh wajib pajak. Sebagaimana diketahui seseorang dalam menentukan suatu pilihan biasanya orang tersebut menggunakan sikap naluri yang ada pada dirinya atau mengikuti tren yang berkembang di lingkungan masyarakat. Faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi seseorang untuk patuh atau tidak patuh terhadap pajak, misalkan pengaruh faktor internal: pengetahuan akan peraturan perpajakan, dan bagaimana penerapan sanksi pajak sesuai peraturan perundangan yang berlaku, sedangkan pengaruh faktor eksternal adalah bagaimana sistem administrasi melakukan pelayanan pajak terkait pajak reklame.

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. 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 pemunutan 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.

2.4. Pengertian Pajak Reklame

Pajak reklame merupakan biaya yang harus dibayar agar mendapatkan izin penyelenggaraan reklame.

Menurut Marihot (2013: 381) sesuai dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 29 dan 30, pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan yang dimaksud dengan 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 dinikmati oleh umum.

Sedangkan objek pajak reklame adalah:

- 1) Semua penyelenggaraan reklame.
- 2) Objek pajak yang dimaksud pada poin pertama, meliputi:
 - a) Reklame papan, reklame billboard, reklame *videotron*, reklame *megatron*, dan sejenisnya.
 - b) Reklame kain
 - c) Reklame melekat, stiker
 - d) Reklame selebaran
 - e) Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan

- f) Reklame udara
- g) Reklame apung
- h) Reklame suara

2.5. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan Pajak adalah salah satu hal yang meningkatkan minat wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya dan diharapkan petugas pelayanan pajak harus memiliki kompetensi yang baik terkait segala hal yang berhubungan dengan perpajakan di Indonesia (Pranadata, 2014).

Kualitas Pelayanan Pajak juga merupakan ukuran citra yang diakui masyarakat mengenai kualitas pelayanan yang diberikan, apakah masyarakat puas atau tidak puas. Kualitas jasa atau pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Sapriadi, 2013).

Salah satu upaya dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak adalah memberikan pelayanan (customer service) yang baik kepada wajib pajak. Prinsip - prinsip pelayanan publik berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (MenPAN) Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003, yaitu kesederhanaan, kejelasan, kepastian waktu, akurasi, keamanan, tanggung jawab, kelengkapan sarana dan prasarana, kemudahan akses, kedisiplinan, kesopanan, keramahan, dan kenyamanan.

2.6. Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Kepatuhan adalah perilaku yang sesuai dengan aturan dan berdisiplin. Dalam pajak, atauran yang

berlaku adalah Undang-Undang Perpajakan. Jadi kepatuhan pajka merupakan kepatuhan seseorang (wajib pajak) terhadap segala bentuk aturan yang berlaku terkait hal perpajakan.

Menurut Keputusan Menteri Keuangan Nomor 235/KMK.03/2003 sebagai mana disampaikan oleh Sarunan (2015). Kepatuhan wajib pajak dapat diidentifikasi dari beberapa faktor sebagai berikut, diantaranya:

- a) Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan untuk semua jenis pajak dalam 2 (dua) tahun terakhir.
- b) Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak kecuali telah memperoleh izin untuk mengangsur atau menunda pembayaran pajak.
- c) Tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan dalam jangka waktu 10 (sepuluh) tahun terakhir.
- d) Dalam hal laporan keuangan diaudit oleh akuntan publik atau Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan harus dengan pendapat wajar tanpa pengecualian atau dengan pendapat wajar dengan pengecualian sepanjang pengecualian tersebut tidak mempengaruhi laba rugi fiskal.

2.7. Sanksi Pajak

Sanksi perpajakan adalah segala hukuman yang diterima oleh wajib pajak jika wajib pajak melanggar peraturan perpajakan (Jayate, 2017). Sedangkan menurut Basri (2014), sanksi perpajakan adalah sanksi yang diberikan oleh pemerintah bagi wajib pajak yang tidak patuh terhadap peraturan perpajakan. Menurut Jannah (2017), indikator sanksi perpajakan berupa: sanksi yang jelas, sanksi yang diberikan memberikan efek yang jera.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hukuman yang diterima wajib pajak ketika wajib pajak tidak dapat melaksanakan kewajiban perpajakannya, dimana sanksi pajak tersebut harus dapat memberikan efek jera bagi wajib pajak sehingga mereka tidak akan mengulangnya kembali.

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

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan disebutkan bahwa ada dua macam sanksi bagi pelanggar norma perpajakan sesuai dengan tingkat pelanggarannya, yaitu sanksi administrasi dan sanksi pidana. Sanksi administrasi dapat berupa pembayaran denda oleh wajib pajak kepada Dirjen Pajak dan sanksi pidana dapat dikenakan kepada wajib pajak yang melanggar dengan bentuk kurungan atau penjara. Sanksi pajak diharapkan dapat meminimalisir pelanggaran pajak oleh wajib pajak (Burhan, 2015).

2.8. Pemahaman Pajak

Pemahaman perpajakan adalah ilmu yang dimiliki oleh wajib pajak tentang hak dan kewajiban wajib pajak, paham tentang NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), sanksi perpajakan, tariff pajak, PTKP (Penghasilan Tidak Kena

Pajak), bagaimana membayar dan melaporkan pajak (Ilhamsyah, 2016). Tentang aturan perpajakan sekarang menjadi tahu tentang peraturan perpajakan. Menurut Febriani dan Kusmuriyanto (2015), pemahaman perpajakan merupakan seberapa besar ilmu yang dimiliki wajib pajak mengenai manfaat pajak yang telah dibayarkan oleh wajib pajak terhadap kas Negara atau kas Daerah.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan perpajakan adalah seberapa besar ilmu yang dimiliki oleh wajib pajak mengenai apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan oleh wajib pajak.

2.9. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Della Puja Suwanto (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Sistem Administrasi Perpajakan dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Kota Palembang (Studi Kasus Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang	Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak, Sistem Administrasi Perpajakan secara signifikan positif mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Reklame dan Sanksi Pajak tidak mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Reklame.

2	Putu Ery Setiawan (2014)	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Kondisi Keuangan Perusahaan Dan Persepsi Tentang Sangsi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Di Dinas Pendapatan Kota Denpasar.	Teknik analisis data yang di gunakan adalah teknik regresi linear berganda dan menggunakan metode asosiatif statistik	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak, kualitas pelayan, kondisis keuangan dan persepsi tentang sangsi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame
3.	Novita Charolin Bay (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Fiskus dan Pengenaan Sanksi Administrasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Kota Kupang (Studi Kasus pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Kupang)	Analisis statistik deskriptif	Hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan fiskus dan pengenaan sanksi administrasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak reklame kota kupang diketahui bahwa Kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame.
4.	Ni Putu Ayu Sista (2019)	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Pajak, Kewajiban Moral, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan	Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda	Berdasarkan analisis menunjukkan bahwa Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak sedangkan

		Bermotor di Kantor Samsat Gianyar		Kualitas Pelayanan Pajak dan Kewajiban Moral tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak
--	--	-----------------------------------	--	---

Berdasarkan penelitian terdahulu yang di tampilkan di tabel 2.1, dapat di lihat bahwa variabel-variabel ini sudah pernah di teliti tetapi memiliki hasil yang inkonsisten atau belum konsisten seperti penelitian yang di lakukan oleh Della Puja Suwanto (2020) ternyata sanksi pajak tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak sementara penelitian yang di lakukan oleh Putu Ery Setiawan (2014), Putri, Dwi Nabila (2020), dan Ni Putu Ayu Sista (2019). Pada penelitian mereka bahwa sangsi pajak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak, maka di samping itu dari fenomena-fenomena penelitian terkait pajak reklame pada tabel 2.1 dari segi variabelnya belum memperoleh hasil yang konsisten maka perlu di teliti lagi.

2.10. Kerangka Berpikir

Pajak Daerah sebagai penyumbang terbesar bagi Pendapatan Asli Daerah di Kota Kupang, maka pemerintah Kota Kupang harus menaruh perhatian khusus dalam pemunggutannya. Kota Kupang yang sedang mengalami peningkatan investasi dalam dunia usaha sehingga membuat banyak jasa dan produk usaha yang ditawarkan. Penawaran produk usaha banyak juga yang menggunakan reklame sebagai promosi terbaik. Pertumbuhan usaha dan promosi yang berdampak pada pemakaian reklame

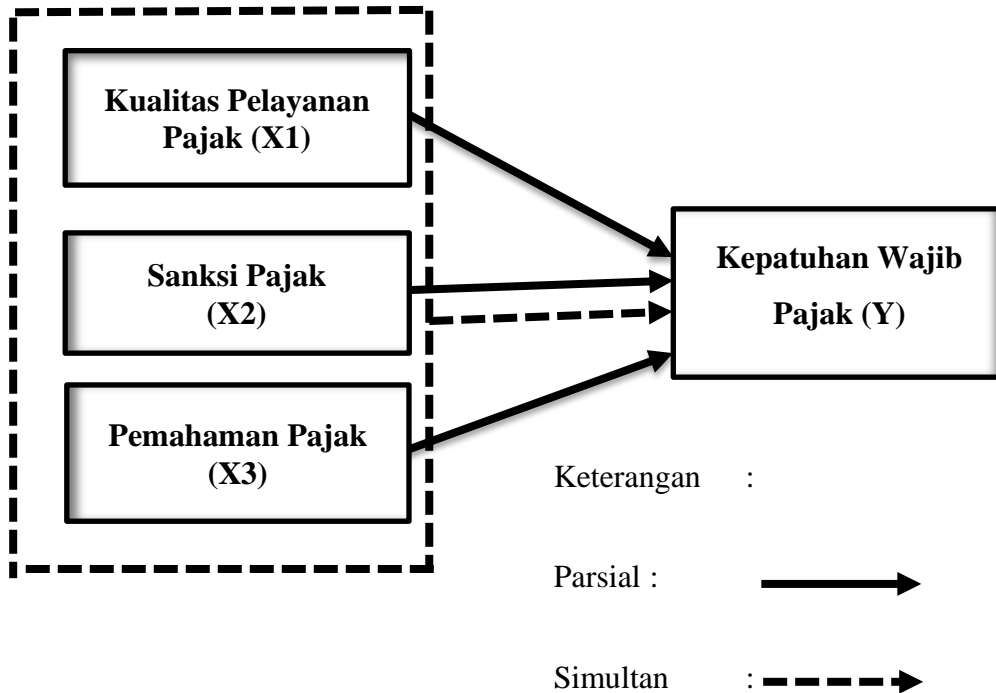
ini haruslah diperhatikan sebaik mungkin karena menjadi pendapatan bagi Kota Kupang melalui pajak reklame.

Kualitas pelayanan pajak dan penerapan sanksi administrasi pajak adalah sebagian dari banyaknya usaha pemerintah Kota Kupang dalam mengoptimalkan penerimaan pajak reklame. Optimalisasi pajak reklame akhirnya masih bergantung pada kepatuhan wajib pajak itu sendiri.

Kerangka berpikir merupakan pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti (Sugiyono, 2004:37). Kerangka berpikir dalam penelitian ini menjelaskan tentang hubungan kausal sebab-akibat. Adapun variabel yang digunakan yaitu sebanyak 3 (tiga) variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah; Kualitas pelayanan perpajakan (X1), sanksi perpajakan (X2) dan pemahaman perpajakan (X3). Sedangkan variabel dependennya adalah kepatuhan wajib pajak (Y).

Berikut kerangka pemikiran yang disajikan dalam bentuk gambar :

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.11. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban ataupun dugaan sementara terhadap Suatu masalah yang dihadapi, yang masih akan diuji kebenarannya lebih lanjut melalui analisa data yang relevan dengan masalah yang terjadi.

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang ditunjukkan pada gambar diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan Perpajakan Berpengaruh signifikan Terhadap Kepatuhan Wajib pajak dalam Membayar Pajak.

Adanya pelayanan yang baik dari instansi pajak bersangkutan dapat menjadi modal utama dan menjadi hal yang penting untuk dapat menarik perhatian para wajib pajak. Pelayanan pajak dapat berupa fasilitas atau segala macam kegiatan yang mendukung wajib pajak untuk dapat lebih mudah melaksanakan kewajibannya membayar pajak, atau yang paling penting yaitu adanya aparatur pajak yang dapat menjunjung tinggi integritas, akuntabilitas, dan transparansi sehingga menimbulkan kepercayaan dari wajib pajak itu sendiri.

Apabila sudah terdapat kepercayaan dari wajib pajak, maka wajib pajak tidak lagi merasa enggan untuk melaksanakan kewajibannya membayar pajak dan dapat mendorong sikap patuh pajak dalam diri wajib pajak. Hal ini yang menjadi dasar adanya dugaan bahwa kualitas pelayanan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh Pramatha dan Rasmini (2016) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak”. Menunjukkan hasil pengaruh kualitas pelayanan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame.

H1: Kualitas Pelayanan Perpajakan Berpengaruh Signifikan terhadap Kepatuhan Wajib pajak dalam Membayar Pajak.

2. Sanksi Perpajakan Berpengaruh signifikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak

Sistem pemungutan pajak yang berlaku di Indonesia merupakan suatu

sistem yang memberikan kepercayaan penuh pada wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Namun kenyataannya masih ada wajib pajak yang tidak memenuhi kewajibannya. Dengandemikian, maka diperlukan pemberian sanksi pada wajib pajak yang tidak patuh.

Pelaksanaan sanksi perpajakan secara tegas akan semakin merugikan wajib pajak sehingga wajib pajak akan lebih memilih untuk patuh melaksanakan kewajiban perpajakannya. Oleh sebab itu, sanksi perpajakan diduga akan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak Reklame.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Paramartha dan Rasmini (2016) diatas mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pemahaman dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak”. Menunjukkan hasil sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak

H2: Sanksi Perpajakan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame.

3. Pemahaman Perpajakan Berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame.

Sistem pemungutan pajak di Indonesia adalah sistem *self assessment*. Dalam sistem pemungutan pajak seperti ini tentunya diperlukan macam-macam peraturan yang digunakan sebagai alat kontrol dan pemahaman wajib pajak sehingga berpengaruh terhadap sukses atau tidaknya penerapan sistem pemungutan *self assessment* ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Paramartha dan Rasmini (2016) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pemahaman dan Sanksi Perpajakan

Pada Kepatuhan Wajib Pajak”. Menunjukkan hasil pemahaman perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak.

H3: Pemahaman Perpajakan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame.

4. Kualitas Pelayanan Pajak, Sanksi Pajak dan Pemahaman Pajak Berpengaruh Secara Bersama-Sama Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Reklame.

Terciptanya kualitas pelayanan pajak yang baik, yang dirasakan oleh wajib pajak itu sendiri serta adanya penerapan sanksi pajak yang tegas dan ditambah dengan pemahaman wajib pajak mengenai perpajakan dan serta fungsi dari pajak itu sendiri, maka diharapkan akan berpengaruh terhadap kesadaran atau kepatuhan wajib pajak untuk membayar pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh puspitasari (2015) yang berjudul “Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Pemahaman Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak”. Menunjukkan hasil kualitas pelayanan, sanksi dan pemahaman wajib pajak, secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

H4: Kualitas Pelayanan, Sanksi Pajak, Dan Pemahaman Perpajakan Secara Bersama-Sama Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak.