

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pajak

2.1.1 Definisi Pajak

Pengertian yang berdasarkan bahwa Undang – undang nomor 28 tahun 2007 menyatakan bahwa:

“Pajak merupakan kontribusi yang sifatnya wajib oleh wajib pajak baik itu pribadi maupun badan yang sifatnya memaksa sesuai undang-undang, dan dana yang terkumpul akan dimanfaatkan guna keperluan negara demi kemakmuran rakyatnya.”

Menurut Halim, dkk (2014) Pajak merupakan

“Turan rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontra prestasi) yang dapat ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum.”

Berdasarkan definisi di atas, membayar pajak bukan hanya kewajiban tetapi juga hak setiap warga negara untuk memberikan kontribusi finansial untuk kemajuan dan kemakmuran negara. Pada dasarnya, masyarakat dan pemerintah melakukan pembangunan di Indonesia. Pemungutan pajak sangat penting karena mempengaruhi pembangunan pemerintah daerah.

2.1.2. Pajak Daerah

Menurut Peraturan Daerah Kota Pontianak Nomor 10 Tahun 2023, Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, definisi pajak daerah adalah sebagai berikut:

“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.”

Menurut Peraturan Daerah Kota Pontianak Nomor 10 Tahun 2023 tentang Pajak Daerah dan Retribusi daerah. Pajak daerah yang dipungut oleh Pemerintah terdiri atas:

1. PBB–P2
2. BPHTP
3. PBJT atas:
 - a. Makanan dan/atau Minuman
 - b. Tenaga Listrik
 - c. Jasa Perhotelan
 - d. Jasa Parkir
 - e. Jasa Kesenian dan Hiburan
4. Pajak Reklame
5. Pajak Sarang Burung Walet.
6. PAT (Pajak Air Tanah)

7. Opsen PKB
8. Opsen BBNKB

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa karakteristik pajak daerah adalah iuran yang dibayarkan individu atau organisasi kepada pemerintah daerah untuk mendukung pembangunan dan kebutuhan lokal. Iuran ini bersifat wajib dan memaksa secara hukum dan dimaksudkan untuk membiayai pembangunan dan kebutuhan lokal tanpa mendapatkan imbalan secara langsung.

2.1.3. Pajak Barang dan Jasa Tertentu (PBJT)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah (UU HKPD), nomenklatur pajak baru dikenal sebagai Pajak Barang dan Jasa Tertentu (PBJT). UU HKPD ini mengatur berbagai pelaksanaan desentralisasi fiskal dan pemungutan pajak daerah. Di setiap daerah di Indonesia sendiri Peraturan Pajak Barang dan Jasa Tertentu, itu berbeda beda. Untuk Kota Pontianak, Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2023 tentang Pajak dan Retribusi Daerah mengatur hal ini. Menurut Pasal 1 angka 42 UU HKPD, Pajak Barang dan Jasa Tertentu (PBJT) adalah pajak yang dibayarkan oleh konsumen akhir atas konsumsi. PBJT terdiri dari lima jenis pajak daerah berbasis konsumsi: seperti jasa parkir, jasa penerangan jalan, jasa hiburan, dan juga termasuk pajak atas barang dan jasa makanan dan minuman.

2.1.4. Jasa Makanan dan Minuman

Pajak dan retribusi daerah yang diatur dalam Peraturan Daerah Kota

Pontianak Nomor 10 Tahun 2023 Menurut undang-undang ini, restoran adalah suatu usaha yang menawarkan layanan makan dan minuman dengan dipungut bayaran, yang mencakup restoran yang menyediakan layanan makan dan minuman berupa meja, kursi, dan/atau peralatan makan dan minuman, serta fasilitas lainnya yang menyediakan layanan makan dan minuman dengan dipungut bayaran. pajak atas pelayanan yang diberikan oleh restoran.

Selain itu dapat berupa jasa boga atau *catering* yang melakukan proses penyediaan bahan baku dan bahan setengah jadi, penyimpanan serta penyajian di lokasi yang diinginkan oleh pemesan. Dalam hal ini pajak atas penjualan makanan dan minuman, wajib pajaknya adalah perseorangan atau badan hukum yang aktif dalam usaha pangan.

2.1.5. Subjek dan Objek Jasa atas Jasa Makanan dan Minuman

Objek atas jasa makanan dan minuman menurut Peraturan Daerah Kota Pontianak Nomor 10 Tahun 2023 adalah pelayanan yang diberikan oleh restoran termasuk jasa penjualan makanan dan/atau minuman yang dikonsumsi oleh konsumen. Tidak berlaku untuk pelayanan yang diberikan oleh restoran yang nilai penjualan bulannya tidak melebihi Rp. 2.000.000 (Dua Juta Rupiah). Dalam Peraturan Daerah Kota Pontianak Nomor 10 Tahun 2023, yang menjadi subjek atas jasa makanan dan minuman adalah wajib pajak orang pribadi atau Badan yang membeli makanan dan/atau minuman dari Restoran.

2.1.6. Dasar Pengenaan Pajak atas jasa makanan dan minuman

Dalam Peraturan Daerah Kota Pontianak Nomor 10 Tahun 2023, tentang

Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dilampirkan yang menjadi dasar pengenaan Pajak atas jasa makanan dan minuman:

1. Tarif Pajak restoran sebesar 10%
2. Ditetapkan/ditentukan oleh Peraturan Daerah
3. Mengalihkan tarif dengan dasar pengenaan pajak guna menghitung besaran nilai terutang
4. Mengalihkan tarif dengan dasar pengenaan pajak guna menghitung besaran nilai terutang
5. Pajak yang terutang dipungut di tempat area restoran berbisnis

2.2. Kepatuhan Perpajakan

2.2.1. Definisi

Kepatuhan Wajib Pajak adalah ketika pembayar pajak memenuhi kewajiban perpajakannya untuk mendukung kemajuan. Kepatuhan Perpajakan menurut Mardiasmo (2011), Kepatuhan adalah kesediaan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun. Sedangkan menurut Harinurdin (2009), kepatuhan pajak diartikan sebagai kondisi ideal wajib pajak yang memenuhi peraturan perpajakan serta melaporkan penghasilannya secara akurat dan jujur. Menurut Andreoni, et.al., (1998), Kepatuhan pajak sendiri dapat didefinisikan sebagai kemauan wajib pajak untuk tunduk terhadap regulasi perpajakan di suatu negara.

Kepatuhan Pajak sangatlah penting untuk di suatu daerah dalam membangun dan mengembangkan Infrastruktur di suatu daerah. Menurut Rahayu (2010), kepatuhan pajak terbagi menjadi dua jenis: kepatuhan formal dan material. Kepatuhan formal terjadi ketika wajib pajak memenuhi tanggung jawab mereka secara formal sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Perpajakan. Kepatuhan material terjadi ketika wajib pajak secara substansial memenuhi semua ketentuan material perpajakan, yaitu sesuai dengan isi dan esensinya.

2.2.2. Pengukuran

Menurut Devano dan Rahyu (2006), indikator kepatuhan pajak adalah sebagai berikut:

1. Mendaftarkan diri sebagai wajib pajak daerah
2. Menghitung pajak oleh Wajib Pajak Daerah
3. Membayar pajak dilakukan sendiri oleh Wajib Pajak Daerah
4. Pelaporan dilakukan Wajib Pajak Daerah

Dalam Penelitian ini, dimensi Kepatuhan Pajak akan diukur dengan kuesioner Prayoga (2021) yang dimodifikasi.

2.3. Relasi Sosial

2.3.1. Definisi

Michener dan Delamater (1999) mengatakan bahwa hubungan sosial adalah hasil dari interaksi (rangkaian tingkah laku) yang sistematis antara dua atau lebih orang. Menurut Piere (1984), asosiasi sosial dan jaringan lebih tahan

lama dalam hubungan timbal balik seperti kepercayaan dan rasa hormat. Dalam masyarakat dan komunitas lokal Indonesia, pola relasi sosial ini telah semakin berkembang.

Menurut Spradley dan McCurdy (2007), pola relasi sosial, atau hubungan sosial yang terbentuk antara individu selama waktu yang relatif lama, akan membentuk suatu pola. Pola ini terdiri dari dua jenis: (a) relasi sosial asosiatif, yang merupakan proses kerja sama, akomodasi, asimilasi, dan akulturasi yang cenderung menyatu; (b) relasi sosial disosiatif, yang merupakan proses yang menghasilkan oposisi.

Menurut definisi sebelumnya, hubungan sosial terdiri dari tindakan yang saling memengaruhi antara individu dan kelompok dan antara kelompok dan kelompok. Relasi Sosial dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Dilihat dari jenis relasi asosiatif dan definisi akan relasi sosial sebelumnya relasi sosial ini merupakan hubungan atau jaringan sosial yang merupakan hasil jaringan sosial yang terjalin antar individu yang berlangsung dalam kurun waktu lama. Relasi sosial dalam bentuk jaringan atau asosiasi sosial akan menimbulkan rasa hormat bagi setiap individu. Jika dikaitkan dengan kepatuhan, Ketika seseorang yang memiliki pengaruh dalam suatu jaringan sosial dan mereka cenderung tidak patuh dalam perpajakan, hal ini dapat mempengaruhi anggota jaringan lainnya untuk ikut serta untuk tidak patuh dalam perpajakan. Akan tetapi Ketika seseorang yang memiliki pengaruh patuh akan perpajakannya hal ini akan membawa dampak positif bagi kepatuhan pajak.

2.3.2. Pengukuran

Menurut Sudariyanto (2010), terdapat 3 indikator dalam relasi sosial yaitu:

1. Hubungan timbal balik antar wajib pajak daerah
2. Pertukaran informasi antar wajib pajak daerah
3. Hubungan yang saling mempengaruhi antar wajib pajak daerah

Penelitian ini akan menggunakan kuesioner Prayoga (2021) yang dimodifikasi untuk mengukur dimensi pemeriksaan pajak.

2.4. Persepsi Sanksi Pajak

2.4.1. Definisi

Terdapat pengertian mengenai sanksi pajak yang mana menurut Mardiasmo (2016), yaitu:

"Sanksi perpajakan adalah jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan diikuti. Kata sanksi perpajakan merupakan sarana untuk mencegah wajib pajak melanggar norma perpajakan."

Berdasarkan definisi diatas, sanksi merupakan salah satu faktor diperlukan untuk mencegah pelanggaran peraturan. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Pontianak Nomor 10 Tahun 2023, tentang pajak Daerah dan Retribusi daerah terdapat beberapa sanksi yaitu:

1. Sanksi Pidana

Yang mana sanksi ini akan diberikan atau dikenakan atas wajib pajak yang tidak melaksanakan kewajiban membayar atas layanan yang digunakan, sehingga merugikan keuangan daerah dan Sanksi ini akan dikenakan juga kepada pejabat ataupun tenaga ahli yang melanggar larangan kerahasiaan data wajib pajak.

2. Sanksi Administrasi

Merupakan sanksi yang diberikan atau dikenakan atas ketidakpatuhan administratif, seperti pelaporan yang tidak tepat waktu atau tidak sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Menurut Wagner dan Hollenbeck (1995), persepsi adalah proses memilih, mengawasi, menyimpan, dan menginterpretasikan data yang dikumpulkan melalui kelima Indera. Dalam kasus sanksi pajak, ketika wajib pajak mengetahui tentang sanksi pajak melalui media dan masyarakat, mereka secara otomatis menganggap sanksi tersebut sebagai beban bagi mereka jika mereka tidak mematuhi peraturan pajak. Akibatnya, mereka lebih memilih untuk patuh daripada dikenakan sanksi.

2.4.2. Pengukuran

Menurut Rahayu (2010) indikator pengukuran Persepsi sanksi pajak yaitu:

1. Sanksi pajak harus jelas dan tegas

Sanksi pajak harus jelas dan tegas yang mana sebelum diberikannya sanksi perpajakan, pemerintah harus terlebih dahulu memberikan surat peringatan kepada restoran yang tidak patuh dalam memenuhi kewajibannya, hal ini untuk membantu wajib pajak dalam

memahami dengan baik sanksi. Dan sanksi ini dapat mendidik para pelaku wajib pajak atas jasa makanan dan minuman dengan memberikan sanksi tanpa pandang bulu.

2. Tidak pandang bulu, serta tidak mengenal kompromi dan tidak ada toleransi

Saat sanksi pajak diberikan kepada wajib pajak atas jasa makanan dan minuman, pemerintah tidak akan pandang bulu, sehingga akan memberikan efek jera bagi restoran yang tidak patuh. Ketika wajib pajak tidak membayar pajak, maka restorannya akan diberikan denda administratif dan bahkan hingga sampai penutupan restoran.

3. Sanksi pajak harus seimbang

Sanksi pajak harus proporsional dengan pelanggaran: pelanggaran yang ringan tidak boleh dikenakan sanksi yang terlalu berat, tetapi pelanggaran berat akan memaksa pemerintah untuk menutup restoran.

4. Sanksi pajak harus memiliki efek jera bagi wajib pajak yang tidak patuh

Penutupan restoran adalah contoh terbaik dalam membuat efek jera pada pelaku wajib pajak atas jasa makanan dan minuman, yang mana pemerintah akan melakukan penutupan paksa, sehingga perusahaan tidak dapat beroperasi sehingga secara otomatis memberikan efek jera kepada para pelanggar peraturan perpajakan.

Kuesioner Prayoga (2021) yang dimodifikasi akan digunakan untuk mengukur dimensi Kepatuhan Pajak dalam penelitian ini.

2.5. Sosialisasi Perpajakan

2.5.1. Definisi

Menurut Wahono (2012), sosialisasi pajak adalah upaya yang dilakukan oleh Dirjen Pajak untuk memberi masyarakat, khususnya Wajib Pajak, pengetahuan tentang semua hal yang berkaitan dengan pajak, termasuk peraturan dan tata cara perpajakan dengan metode yang tepat. Diharapkan bahwa sosialisasi perpajakan akan meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Tetapi sosialisasi harus dilakukan dengan baik dan menggunakan media yang lebih dikenal masyarakat. Pemerintah harus berperan aktif dalam meningkatkan kesadaran pajak masyarakat melalui pelatihan, sosialisasi, atau penyuluhan teratur.

Dalam upaya untuk meningkatkan jumlah wajib pajak, masyarakat memainkan peran penting. Pemerintah menciptakan Gerakan Nasional Sadar dan Peduli Pajak, yang melibatkan pejabat tinggi negara. Dirjen Pajak melakukan sosialisasi pajak melalui media cetak, elektronik, spanduk, dan lain-lain. Ini akan meningkatkan kesadaran Wajib Pajak akan pentingnya pajak bagi negara dan meningkatkan pengetahuan mereka tentang peraturan pajak baru.

2.5.2. Pengukuran

Menurut Widodo, dkk (2010) terdapat beberapa indikator pengukuran

1. Penyuluhan

- a. Metode yang digunakan
 - b. Tempat, fasilitas dan media yang digunakan
 - c. Materi yang disampaikan
2. Cara Sosialisasi
 - a. Seminar (sosialisasi langsung)
 - b. Iklan (sosialisasi tidak langsung)
 3. Media Informasi yang digunakan Sumber informasi mengenai pajak banyak bersumber dari media masa namun media luar ruang juga menjadi sumber yang di perhatikan oleh masyarakat meliputi:
 - a. Media cetak
 - b. Media elektronik

Penelitian ini akan menggunakan kuesioner Prayoga (2021) yang dimodifikasi untuk mengukur dimensi Kepatuhan Pajak.

2.6. Kerangka Konseptual

2.6.1. Teori Atribusi

Teori Atribusi, menurut Robin dan Judge (2017), menjelaskan bahwa ketika seseorang mengamati sikap seseorang, mereka berusaha untuk menentukan apakah sikap tersebut berasal dari dalam atau dari luar. Sikap yang disebabkan secara eksternal adalah jika perilaku seorang individu dianggap disebabkan oleh faktor-faktor luar, yaitu situasi yang membuatnya berperilaku demikian. Perilaku yang dianggap disebabkan secara internal, di sisi lain, dianggap oleh individu sendiri dan tidak terpengaruh oleh faktor lain. Menurut Robins dan Judge (2017), penentuan faktor internal atau eksternal adalah:

1. Kekhususan

Kekhususan didefinisikan sebagai cara seseorang bertindak terhadap perilaku orang lain dalam berbagai situasi. Orang yang melihat reaksi seseorang mungkin menganggapnya tidak biasa dan mengaitkannya dengan hal-hal eksternal atau situasional. Namun, jika dianggap sebagai reaksi yang meluas, kemungkinan besar reaksi tersebut dikaitkan dengan sifat internal atau kualitas individu.

2. Konsensus

Konsensus terjadi ketika semua orang memiliki pendapat atau pandangan yang sama tentang bagaimana perilaku seseorang dalam situasi tertentu akan direspons. Jika konsensusnya tinggi, itu dianggap sebagai atribut internal; jika konsensusnya rendah, itu dianggap sebagai atribut eksternal.

3. Konsistensi

Konsistensi adalah respons yang konsisten terhadap tindakan orang lain. Faktor internal biasanya dikaitkan dengan perilaku yang konsisten, sedangkan perilaku yang tidak konsisten biasanya dikaitkan dengan faktor eksternal.

Teori ini sesuai untuk membahas upaya untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku setiap orang dan orang lain. Faktor internal dan eksternal sangat memengaruhi cara seseorang menilai orang lain dan mengambil keputusan. Studi ini membahas kepatuhan wajib pajak terkait dengan sikap wajib pajak terhadap pembayaran pajak atas makanan dan minuman. Ini terkait

dengan teori atribusi, yang menyatakan bahwa faktor-faktor internal dan eksternal dalam penelitian ini, seperti relasi sosial, persepsi sanksi pajak, dan sosialisasi pajak, mempengaruhi kepatuhan wajib pajak terhadap jasa makanan dan minuman. Ini berarti bahwa wajib pajak harus melakukan dan mematuhi kewajiban perpajakannya dengan baik, sehingga jumlah wajib pajak yang sudah membayar dan melaporkan pajaknya akan meningkat.

2.6.2. Hubungan Relasi Sosial Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak atas Jasa makanan dan Minuman

Michener dan Delamater (1999) menganggap relasi sosial sebagai hasil dari interaksi (rangkaiannya) tingkah laku yang sistematis antara dua atau lebih orang. Menurut Piore (1984), asosiasi sosial dan jaringan lebih lama bertahan dalam hubungan timbal balik seperti kepercayaan dan rasa hormat. Pola relasi sosial ini telah berkembang dalam masyarakat dan komunitas lokal Indonesia.

Relasi sosial merupakan salah satu faktor yang dapat menyebabkan terjadinya ketidakpatuhan dalam perpajakan. Ini disebabkan oleh fakta bahwa relasi sosial, yang terdiri dari tindakan yang saling mempengaruhi antara individu dan kelompok, serta antara kelompok dan kelompok, cenderung menghasilkan kerja sama, akomodasi, asimilasi, dan akulturasi. Sehingga relasi sosial ini dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Ketika seseorang, Ketika seseorang yang memiliki pengaruh dalam suatu jaringan sosial dan mereka cenderung tidak patuh dalam perpajakan, hal ini dapat mempengaruhi anggota jaringan lainnya untuk ikut serta untuk tidak patuh dalam perpajakan. Akan tetapi Ketika seseorang yang memiliki pengaruh patuh akan perpajakannya hal

ini akan membawa dampak positif bagi kepatuhan pajak.

2.6.3. Hubungan Persepsi Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak atas Jasa Makanan dan Minuman

Menurut Wagner dan Hollenbeck (1995), persepsi adalah proses yang dilakukan oleh seseorang untuk memilih, mengatur, menyimpan, dan memahami informasi yang dikumpulkan melalui kelima Indera. Menurut Mardiasmo (2016) Terdapat pengertian mengenai sanksi pajak yang mana:

"Sanksi perpajakan adalah jaminan bahwa peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dipatuhi. Kata sanksi perpajakan merupakan sarana untuk mencegah wajib pajak melanggar norma perpajakan."

Sanksi merupakan salah satu faktor diperlukan untuk mencegah pelanggaran undang-undang atau peraturan. Untuk meningkatkan kepatuhan perpajakan, sanksi pajak yang tegas dan konsisten memiliki efek jera yang mendorong wajib pajak untuk mematuhi peraturan untuk menghindari konsekuensi negatif.

Sanksi berat yang diterapkan secara adil meningkatkan kepercayaan publik terhadap keadilan perpajakan dan mendorong wajib pajak untuk mematuhi. Sanksi berat juga meningkatkan pengawasan otoritas pajak dan mendorong pengungkapan sukarela informasi pajak, membuat wajib pajak lebih waspada. Tekanan sanksi mendorong wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajak mereka, yang berpotensi meningkatkan kepatuhan secara

keseluruhan.

2.6.4. Hubungan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak atas Jasa Makanan dan Minuman

Menurut Wahono (2012), sosialisasi pajak adalah upaya pemerintah untuk memberi tahu masyarakat, khususnya Wajib Pajak, tentang segala hal tentang pajak, termasuk peraturan dan prosedur dengan cara yang tepat. Dengan sosialisasi perpajakan diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Ketika pemerintah rutin melakukan sosialisasi pajak yang baik, baik secara langsung maupun tidak langsung, sosialisasi ini akan semakin bermanfaat. Masyarakat akan lebih patuh terhadap perpajakan, yang berarti jumlah kepatuhan pajak juga akan meningkat.

2.7. Penelitian Terdahulu

Dalam Menyusun penelitian ini, peneliti menggunakan 6 penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti, yang mana penelitian terdahulu membahas kepatuhan perpajakan sebagai variabel dependen dan sisanya menggunakan variabel independen yang serupa yang digunakan oleh peneliti. Terdapat berbagai variabel independen dalam penelitian terdahulu.

Penelitian Pertama dilaksanakan oleh Hayati (2022) yang mengambil judul penelitian “Pengaruh Sosialisasi Pajak, Kesadaran Pajak, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan Di Kota Banda Aceh”. Adapun hasil dari penelitian ini kesadaran dan sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan sosialisasi

pajak berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian kedua dilaksanakan oleh Azizah (2023) dengan judul “Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran Dengan Sosialisasi Pajak Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Wajib Pajak Pelaku Usaha Restoran Kota Bandung). Dengan hasil kesadaran wajib pajak, pengetahuan pajak, dan sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian ketiga dilaksanakan oleh Parsaulian (2018), dengan judul “Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Wajib Pajak Restoran Di Uprrd Kebayoran Baru Jakarta Selatan)”. Dengan hasil kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan dan sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian keempat dilaksanakan oleh Prayoga (2021), dengan judul ”Pengaruh Pemeriksaan Pajak, Pemahaman Peraturan, Sanksi Pajak, Dan Relasi Sosial Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran”. Dengan hasil Pemeriksaan Pajak, Pemahaman Peraturan, Sanksi Pajak, berpengaruh positif, sedangkan relasi sosial berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak Restoran.

Penelitian kelima dilaksanakan oleh Wijayanto (2015). Dengan judul penelitian “Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Pemahaman Prosedur Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Memenuhi Kewajiban Pajak Bumi Dan Bangunan Perdesaan Dan Perkotaan (Pbb P2) Di Kota Magelang”. Dengan hasil sosialisasi pajak dan pemahaman peraturan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak

Yang Terakhir penelitian yang dilakukan oleh Putri (2015) dengan judul “Analisis Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hotel Melati Di Kota Yogyakarta”. Adapun hasil dari penelitian ini adalah kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, dan pelayan fiskus yang berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak hotel dan pelayanan fiskus yang berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib paja hotel.

Tabel. 2.1.

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Subjek	Hasil
1	Hayati (2022)	Variabel Independen: X1: Sosialisasi Pajak X2: Kesadaran Pajak X3: Sanksi Pajak Variabel Dependen Y: Kepatuhan Wajib Pajak Bumi dan Bangunan	Pajak Bumi dan Bangunan Di Kota Banda Aceh	1. Sosialisasi Pajak Berpengaruh negatif 2. Kesadaran pajak berpengaruh positif 3. Sanksi pajak berpengaruh

				positif
2	Azizah (2023)	Variabel Independen: X1: Kesadaran Wajib Pajak X2: Pengetahuan Perpajakan X3: Sanksi Pajak Variabel Moderasi: Z: Sosialisasi Pajak Variabel Dependen Y: Kepatuhan Wajib Pajak Restoran	Restoran Kota Bandung	1. Kesadaran Wajib Pajak Berpengaruh Positif 2. Pengetahuan Perpajakan Berpengaruh Positif 3. Sanksi Pajak Berpengaruh Positif 4. Sosialisasi Pajak memperkuat pengaruh kuat dalam kesadaran wajib pajak
3	Parsaulian (2018)	Variabel Independen: X1: Kesadaran Wajib Pajak	Restoran di Upprd Kebayoran	1. Kesadaran pajak berpengaruh

		X2: Kualitas Pelayanan X3: Sanksi Pajak	Baru Jakarta Selatan	positif 2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif 3. Sanksi pajak berpengaruh positif
4	Prayoga (2021)	Variabel Independen: X1: Pemeriksaan Pajak X2: Pemahaman Peraturan X3: Sanksi Pajak X4: Relasi Sosial Variabel Dependen: Y: Kepatuhan Wajib Pajak Bumi dan Bangunan	Restoran Yang terdaftar di BAPENDA Jakarta	1. Pemeriksaan pajak berpengaruh positif 2. Pemahaman pajak berpengaruh positif 3. Sanksi pajak berpengaruh positif 4. Relasi sosial berpengaruh negatif

5	Wijayanto (2015)	<p>Variabel Independen:</p> <p>X1: Sosialisasi Pajak</p> <p>X2: Pemahaman Peraturan</p> <p>Variabel Dependen:</p> <p>Y: Kepatuhan Wajib Pajak Bumi dan Bangunan</p>	PBB-P2 di Kota Magelang	<p>1. Sosialisasi pajak berpengaruh positif</p> <p>2. Pemahaman Peraturan Berpengaruh Positif</p>
6	Putri (2015)	<p>Variabel Independen</p> <p>X1: Kesadaran Wajib Pajak</p> <p>X2: Pengetahuan Perpajakan</p> <p>X3: Sosialisasi Pajak</p> <p>X4: Pelayanan Fiskus</p> <p>Variabel Dependen:</p> <p>Y: Kepatuhan Wajib Pajak Hotel</p>	Hotel Melati di Kota Yogyakarta	<p>1. Kesadaran Wajib Pajak Berpengaruh Positif</p> <p>2. Pengetahuan Perpajakan Berpengaruh positif</p> <p>3. Sosialisasi pajak berpengaruh negatif</p> <p>4. Pelayanan fiskus</p>

				berpengaruh positif
--	--	--	--	---------------------

2.8. Pengembangan Hipotesis

2.8.1. Pengaruh Relasi Sosial Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak atas Jasa

Makanan dan Minuman

Menurut Michener dan Delamater (1999), relasi sosial adalah hubungan sosial yang dihasilkan dari interaksi (rangkaian tingkah laku) yang sistematis antara dua atau lebih individu. Oleh karena itu, relasi sosial wajib pajak memungkinkan pengaruh dari wajib pajak yang satu ke wajib pajak lainnya, termasuk dalam memenuhi kewajiban pajak mereka. Dalam kasus di mana wajib pajak yang berada dalam lingkungan yang Sebagian besar kewajiban pajak mereka dipenuhi dengan memenuhi kewajiban pajak maka akan mendorong wajib pajak tersebut untuk patuh. Sebaliknya, relasi sosial memungkinkan pengaruh dari wajib pajak yang satu ke wajib pajak yang lain, termasuk dalam memenuhi kewajiban perpajakannya; jika sebagian besar wajib pajak tidak memenuhi kewajiban perpajakannya, maka wajib pajak tersebut akan menjadi tidak patuh.

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan Oleh Prayoga (2021), Relasi sosial berpengaruh negatif terhadap kepatuhan perpajakan restoran. Ini disebabkan oleh fakta bahwa relasi sosial di wilayah DKI Jakarta tidak memiliki pengaruh, karena mereka lebih berfokus pada hubungan kerja atau kenalan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel Y untuk menilai kepatuhan pajak wajib untuk jasa makanan dan minuman di Pontianak. Peneliti menemukan bahwa relasi sosial ini berdampak positif pada kepatuhan pajak. Hal ini disebabkan oleh fakta

bahwa adanya relasi sosial memungkinkan pengaruh dari wajib pajak satu ke wajib pajak lain untuk memastikan bahwa masing-masing memenuhi kewajiban perpajakannya dengan tepat. Jika wajib pajak berada dalam lingkungan di mana sebagian besar wajib pajaknya patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, maka akan mendorong wajib pajak tersebut untuk patuh; sebaliknya, jika sebagian besar wajib pajak tidak patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, maka juga dapat memengaruhi wajib pajak tersebut untuk tidak patuh. Akibatnya, peneliti membuat hipotesis penelitian sebagai berikut:

Ha1: Relasi Sosial berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak atas Jasa Makanan dan Minuman di Pontianak

2.8.2. Pengaruh Persepsi Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Atas Jasa Makanan dan Minuman

Menurut Wagner dan Hollenbeck (1995), persepsi adalah proses yang dilakukan oleh seseorang untuk memilih, mengatur, menyimpan, dan memahami informasi yang dikumpulkan melalui kelima Indera. Sedangkan pengertian sanksi pajak Menurut Mardiasmo (2016) Terdapat pengertian mengenai sanksi pajak yang mana:

"Sanksi perpajakan adalah jaminan bahwa peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dipatuhi. Kata sanksi perpajakan merupakan sarana untuk mencegah wajib pajak melanggar norma perpajakan."

Sanksi merupakan salah satu faktor diperlukan untuk mencegah pelanggaran undang-undang atau peraturan. Efek jera dari sanksi pajak yang tegas dan

konsisten mendorong wajib pajak untuk mematuhi peraturan untuk mencegah konsekuensi negatif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hayati (2022), Azizah (2023), dan Prayoga (2021), menyatakan bahwa sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan perpajakan. Ini menunjukkan bahwa ketika pajak diterapkan secara efektif, kepatuhan wajib pajak akan meningkat. Ini karena ketika pajak diterapkan secara efektif, kepatuhan akan meningkat. Misalnya, wajib pajak akan menghadapi tantangan yang lebih besar untuk membayar tunggakan pajak jika pembayaran terlambat karena sanksi denda.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, peneliti menyimpulkan bahwa sanksi pajak akan berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak. Oleh karena itu, ancaman sanksi pajak yang serius dapat membuat wajib pajak jera, mendorong mereka untuk mengikuti peraturan lebih ketat untuk menghindari denda atau hukuman tambahan. Karena wajib pajak menyadari risiko dan konsekuensi serius dari pelanggaran, sanksi pajak juga dapat menjadi motivasi kuat untuk kepatuhan sukarela. Akibatnya, ancaman sanksi juga mendorong pengungkapan informasi pajak secara sukarela, karena wajib pajak yang menyadari risiko lebih bersedia mengungkapkan informasi secara jujur. Secara keseluruhan, kepatuhan pajak meningkat dengan penerapan sanksi pajak yang adil dan konsisten, karena wajib pajak cenderung lebih patuh terhadap aturan perpajakan. Sanksi membuat penggelapan pajak kurang menarik dan membuat orang kurang tertarik untuk melakukannya. Sanksi juga mendorong otoritas pajak untuk meningkatkan pengawasan dan pemeriksaan, yang mengurangi peluang ketidakpatuhan dalam

perpajakan. Akibatnya, peneliti mengembangkan hipotesis penelitian berikut:

Ha2: Sanksi Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan wajib pajak atas jasa makanan dan minuman di Pontianak

2.8.3. Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Atas Jasa Makanan dan Minuman

Menurut Wahono (2012), sosialisasi pajak adalah upaya yang dilakukan oleh Dirjen Pajak untuk memberi masyarakat, khususnya Wajib Pajak, pengetahuan tentang semua hal yang berkaitan dengan pajak, termasuk peraturan dan tata cara perpajakan dengan metode yang tepat. Persepsi wajib pajak terhadap kewajibannya akan ditingkatkan melalui sosialisasi pajak yang intensif.

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh Hayati (2022) dan Putri bahwa sosialisasi pajak ini berpengaruh negatif terhadap kepatuhan perpajakan hal ini dikarenakan penyampaian sosialisasi tentang perpajakan yang masih belum maksimal dan merata kepada masyarakat khususnya wajib pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Wijayanto (2015), yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan akan berpengaruh positif terhadap kepatuhan perpajakan hal ini dikarenakan dengan adanya sosialisasi pengetahuan dan kesadaran masyarakat jadi lebih meningkat soal perpajakan.

Berdasarkan Penelitian terdahulu, bahwa sosialisasi perpajakan ini berpengaruh positif terhadap kepatuhan perpajakan hal ini dikarenakan seharusnya dengan adanya sosialisasi ini masyarakat/wajib pajak tidak lagi takut atau kebingungan soal pajak yang harus mereka bayarkan. Selain itu, sosialisasi

pajak akan meningkatkan kesadaran wajib pajak. Ini akan membuat mereka lebih sadar bahwa pajak ini bermanfaat bagi mereka dan akan dikembalikan kepada mereka dalam bentuk berbagai fasilitas. Akibatnya, peneliti mengembangkan hipotesis penelitian berikut:

Ha3: Sosialisasi Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib pajak atas Jasa Makanan dan Minuman di Pontianak

