

TESIS

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPATUHAN
WAJIB PAJAK**

FACTORS AFFECTING TAXPAYERS' COMPLIANCE

DWI AYU SITI HARTINAH H



**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

TESIS

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK

FACTORS AFFECTING TAXPAYERS' COMPLIANCE

sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Magister

disusun dan diajukan oleh

**DWI AYU SITI HARTINAH H
A062202005**



kepada

**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPATUHAN WAJIB PAJAK**

Disusun dan diajukan oleh

**DWI AYU SITI HARTINAH H
A062202005**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 30 Januari 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

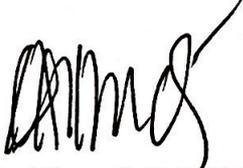
Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Dr. Andi Kusumawati, SE., M.Si., Ak., CA.
NIP. 196604051992032003


Dr. Syarifuddin Rasyid, SE., M.Si.
NIP. 196503071994031003

Ketua Program Studi
Magister Akuntansi


Dr. Aini Indrijawati, SE., M.Si., CA.
NIP. 196811251994122002

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin


Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, SE., M.Si.
NIP. 196402051988101001

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Dwi Ayu Siti Hartinah H
NIM : A062202005
Jurusan/program studi : Magister Akuntansi
Jenjang : S2

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya yang berjudul

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK

Adalah karya tulisan saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan/ditulis/diterbitkan sebelumnya, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 10 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Dwi Ayu Siti Hartinah H

PRAKATA

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul "**Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak**". Shalawat dan salam tidak lupa penulis curahkan kepada baginda Muhammad sallallahu alaihi wassalam yang telah memberikan pedoman dan suri tauladan yang terbaik hingga akhir zaman.

Penulis sangat menyadari dan sangat bersyukur telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu dan gagasannya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
2. Ibu Dr. Aini Indrijawati, SE., Ak., M.Si., CA., Asean CPA., CWM., selaku Ketua Program Studi Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
3. Ibu Dr. Andi Kusumawati, SE, Ak., M.Si., CA., selaku Pembimbing I dan Bapak Dr. Syarifuddin Rasyid, SE., M.Si., selaku Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran dan pengertian membimbing penulis untuk menyelesaikan tesis ini mulai dari pemilihan judul, pelaksanaan penelitian, sampai dengan penyelesaian tesis.
4. Kepada Bapak Prof. Dr. Arifuddin, SE., Ak., M.Si., CA., Bapak Dr. Amiruddin, SE., Ak., M.Si., CA., dan Bapak Afdal, SE., M.Sc., Ak., CA., Ph.D., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran, masukan, dan koreksi mulai dari awal sampai dengan selesainya tesis ini.
5. Seluruh Dosen pengajar Prodi Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat

bagi penulis

6. Seluruh Staff bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Prodi Magister Akuntansi yang telah memberikan bantuan dari awal perkuliahan sampai akhir studi.
7. Kepada pimpinan dan seluruh staf karyawan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara yang telah memberikan kesempatan dan menerima penulis dengan baik untuk melakukan penelitian.
8. Kepada Ayahanda H. Harmanto, S.Pd., M.Pd., Ibunda Hj. Sinar Bulan, Kakak dan Adik tercinta Eko Bagus KPH, SP. dan Triadhimas Muhammad Fatoni H. Dimana dengan berkah, doa, kasih sayang dan dukungan semangatnya yang selama ini telah mendidik, membina, membesarkan, dan mendampingi penulis.
9. Kepada teman-teman seperjuangan magister akuntansi Angkatan 2020(2), terkhusus MAKSI Reguler Kelas B, Zarina, dan Timey atas bantuan, dukungan serta kebersamaan, selama proses perkuliahan sampai akhir studi.
10. Dan segenap pihak-pihak yang semuanya tidak disebutkan satu per satu oleh penulis, yang telah membantu penulis secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan tugas akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran, masukan, dan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, 10 Februari 2023



Dwi Ayu Siti Hartinah H

ABSTRAK

Dwi Ayu Siti Hartinah H. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak (dibimbing oleh Andi Kusumawati dan Syarifuddin Rasyid)

Kepatuhan wajib pajak merupakan sikap yang dilakukan oleh wajib pajak dalam memenuhi segala hak dan tanggung jawabnya sesuai dengan peraturan perpajakan yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak dengan menggunakan variabel kesadaran wajib pajak, moral wajib pajak, kualitas pelayanan, modernisasi system, serta sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi terhadap kepatuhan wajib pajak. Jenis penelitian ini penelitian kuantitatif. Sampel penelitian ini sebanyak 100 wajib pajak orang pribadi dengan menggunakan teknik *sampling insidental*. Analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan *Moderated Regression Analysis*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak dan modernisasi sistem berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi, sedangkan moral wajib pajak dan kualitas pelayanan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara. Sosialisasi sebagai variabel moderasi dapat memperkuat pengaruh kesadaran wajib pajak dan modernisasi sistem terhadap kepatuhan wajib pajak, namun sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi memperlemah pengaruh moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara, sedangkan untuk kualitas pelayanan membuktikan bahwa sosialisasi tidak memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara.

Kata kunci: Kesadaran Wajib Pajak, Moral Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Modernisasi Sistem, Kepatuhan Wajib Pajak, dan Sosialisasi Pajak.



ABSTRACT

Dwi Ayu Siti Hartinah H. Factors Affecting Taxpayers' Compliance (supervised by **Andi Kusumawati** and **Syarifuddin Rasyid**)

Taxpayers' compliance is an attitude taken by taxpayers' in fulfilling all their rights and responsibilities to existing tax regulations. This study aims to examine and analyze the factors affecting taxpayers' compliance by using the variables of taxpayers' awareness, taxpayers' morals, service quality, system modernization, and tax socialization as moderating variables. This type of research is quantitative research. The research sample consisted of 100 individual taxpayers' selected using incidental sampling technique. Data analysis used multiple linear regression analysis and Moderated Regression Analysis. The results indicate that taxpayers' awareness and modernization of system have a positive effect on individual taxpayers' compliance, while taxpayers' morale and tax service quality do not affect individual taxpayers' compliance at the North Makassar Pratama Tax Service Office. Socialization as a moderating variable can strengthen the effect of taxpayers' awareness and system modernization on taxpayers' compliance, but tax socialization as a moderating variable weakens the effect of taxpayers' morale on individual taxpayers' compliance at the North Makassar Tax Service Office. Meanwhile service quality proves that socialization does not moderate the effect of service quality on individual taxpayers' compliance at the North Makassar Pratama Tax Service Office.

Keywords: Taxpayers' Awareness, Taxpayers' Morale, Service Quality, System Modernization, Taxpayers' Compliance, and Tax Socialization.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
PRAKATA	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	12
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Tinjauan Teori.....	15
2.1.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	15
2.1.2 <i>Cognitive Moral Deveploment</i>	16
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model</i>	18
2.1.3 Kepatuhan Wajib Pajak.....	20
2.1.4 Kesadaran Wajib Pajak.....	22
2.1.5 Moral Wajib Pajak.....	23
2.1.6 Kualitas Pelayanan.....	24
2.1.7 Modernisasi Sistem.....	26
2.1.8 Sosialisasi Pajak.....	29
2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	35
3.1 Kerangka Konseptual.....	35
3.2 Hipotesis.....	38
3.2.1 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	38

3.2.2 Pengaruh Moral Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	39
3.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	40
3.2.4 Pengaruh Modernisasi Sistem Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	41
3.2.5 Sosialisasi Pajak Memoderasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	42
3.2.6 Sosialisasi Pajak Memoderasi Pengaruh Moral Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	43
3.2.7 Sosialisasi Pajak Memoderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	44
3.2.8 Sosialisasi Pajak Memoderasi Pengaruh Modernisasi Sistem Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	45
BAB IV METODE PENELITIAN.....	47
4.1 Rancangan Penelitian.....	47
4.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	47
4.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	47
4.4 Jenis dan Sumber Data.....	49
4.5 Metode Pengumpulan Data.....	50
4.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	51
4.7 Instrumen Penelitian.....	55
4.8 Teknik Analisis Data.....	56
BAB V HASIL PENELITIAN.....	62
5.1 Deskripsi Data.....	62
5.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	65
5.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	67
5.4 Uji Asumsi Klasik.....	70
5.5 Analisis Regresi.....	72
5.6 Pengujian Hipotesis.....	78
BAB VI PEMBAHASAN.....	84
6.1 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	84
6.2 Pengaruh Moral Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	85
6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	86
6.4 Pengaruh Modernisasi Sistem Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	87
6.5 Sosialisasi Pajak Memoderasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	88
6.6 Sosialisasi Pajak Memoderasi Pengaruh Moral Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	89

6.7 Sosialisasi Pajak Memoderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	90
6.8 Sosialisasi Pajak Memoderasi Pengaruh Modernisasi Sistem Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	91
BAB VII PENUTUP.....	93
7.1 Kesimpulan.....	93
7.2 Implikasi.....	95
7.3 Keterbatasan.....	96
7.4 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Penerimaan Pajak di KPP Pratama Makassar Utara.....	3
1.2	Tingkat Kepatuhan WPOP di KPP Pratama Makassar Utara.....	4
4.1	Operasional Variabel dan Pengukuran.....	53
4.2	Skala Pengukuran Instrumen Penelitian.....	56
5.1	Daftar Rincian Kuesioner.....	62
5.2	Jenis Kelamin Responden.....	63
5.3	Usia Responden.....	63
5.4	Tingkat Pendidikan Terakhir.....	64
5.5	Jenis Pekerjaan.....	64
5.6	Hasil Pengujian Validitas.....	65
5.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	67
5.8	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	67
5.9	Hasil Uji Normalitas.....	70
5.10	Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
5.11	Hasil Uji Interaksi Sebelum Variabel Moderasi.....	73
5.12	Hasil Uji Statistik.....	73
5.13	Hasil Uji Regresi Dengan Variabel Moderasi.....	76
5.14	Hasil Uji Statistik.....	76
5.15	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
3.1	Kerangka Konseptual.....	37
5.1	Hasil Uji P-Plot.....	71
5.2	Hasil Uji Scatterplots.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1	Peta Teori.....	103
2	Kuesioner.....	118
3	Statistik Hasil Penelitian.....	124

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pajak adalah kontribusi masyarakat terhadap negara yang sifatnya memaksa sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah untuk kepentingan rakyat, namun kontraprestasinya tidak dapat secara langsung dirasakan. Pajak memiliki peran yang sangat penting sebagai salah satu sarana dalam membiayai segala macam pengeluaran negara disebabkan pajak merupakan penyumbang 71% dari total pendapatan negara di APBN (Kemenkeu, 2021). Pemerintah lewat Direktorat Jenderal Pajak terus berupaya dalam mengoptimalkan penerimaan pajak. Salah satunya yaitu pemerintah melaksanakan reformasi peraturan perundang-undangan mengenai sistem pemungutan pajak telah menjadi *self assessment* dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan dari penerimaan pajak. Sistem ini memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, menyetor, dan melaporkan atau memberitahukan secara mandiri atas pajak yang terutang yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan, sehingga wajib pajak membutuhkan kompetensi, kejujuran, kemampuan, dan kesiapan dalam memperhitungkan besar atau kecilnya beban pajak yang akan dibayarkan (Damajanti & Karim, 2017).

Penerimaan perpajakan pada tahun 2016-2019 rata-rata tumbuh sebesar 6,4% setiap tahunnya sesuai dengan adanya peningkatan kinerja perekonomian maupun harga komoditas utama, namun penerimaan tersebut selalu di bawah target dari yang ditetapkan di awal (Kemenkeu, 2021). Hal yang sama jika melihat penerimaan di tahun 2020, adanya pandemi virus Covid-19 yang melanda dunia

akan memberikan dampak yang cukup besar terhadap aktivitas sosial dan perekonomian salah satunya dilihat dari sektor perpajakan (Fajrian, 2020). Sejalan dengan pendapat Noya (2020) yang mengatakan bahwa salah satu dampak dari pandemi yaitu penerimaan negara dalam hal ini pendapatan yang berasal dari pajak akan mengalami penurunan. Kemenkeu (2021) mengemukakan bahwa kinerja ekonomi global pada tahun 2020 mengalami kelemahan dan penurunan yang merupakan dampak dari penyebaran covid-19 di seluruh dunia terbukti bahwa penerimaan pajak di Indonesia pada Tahun 2020 hanya sebesar Rp1.069,98 triliun dari target Rp1.198,82 triliun atau mengalami kontraksi sebesar 19,71% dari tahun 2019.

Pada Tahun 2021 walaupun di Indonesia masih mengalami pandemi Covid-19, namun Indonesia berhasil meraih prestasi dalam sektor perpajakan yaitu tercapainya target setelah 1 dekade penerimaan pajak tidak pernah memenuhi target yang ditetapkan di awal. Direktur Jenderal (Dirjen) Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Kementerian Keuangan (Kemenkeu) Bapak Suryo Utomo mengungkapkan, bahwa Indonesia menorehkan sejarah yang membanggakan dengan tercapainya target dalam penerimaan dimana selama 12 tahun lamanya penerimaan pajak tidak pernah mencapai target. Realisasi penerimaan pajak sampai akhir tahun 2021 sebesar Rp1.227,53 triliun dari target sebesar Rp1.229,58 triliun (Yuniar, 2022). Selanjutnya, Ibu Menteri Keuangan Sri Mulyani menyatakan bahwa penerimaan pajak di tahun 2021 sebesar 103,950% dari target APBN dan tumbuh sebesar Rp 19,16% daripada tahun sebelumnya, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya yaitu meningkatkan kepatuhan wajib pajak yang merupakan satu di antara prasyarat optimalnya penerimaan negara dalam sektor pajak (Kemenkeu, 2022).

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara (KPP) adalah satu di antara Kantor Pelayanan Pajak yang berada di Kota Makassar di bawah kantor wilayah Direktorat Jenderal Pajak Sulawesi Selatan, Barat, dan Tenggara yang berhasil meraih prestasi penerimaan terbesar yang melebihi target pada tahun 2021 (Isman, 2022). KPP Pratama Makassar Utara memiliki wilayah kerja yang strategis yang mencakup 6 wilayah yaitu Kecamatan Wajo, Kecamatan Ujung Tanah, Kecamatan Tallo, Kecamatan Bontoala, Kecamatan Biringkanaya, dan Kecamatan Tamalanrea.

Realisasi penerimaan pajak di KPP Pratama Makassar Utara dari Tahun 2017-2021, dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Penerimaan Pajak di KPP Pratama Makassar Utara

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Penerimaan %
2017	1.133.051.469.322	987.260.879.106	87
2018	1.222.519.202.000	1.214.128.487.531	99
2019	1.141.478.552.000	1.104.045.454.430	97
2020	1.073.286.608.000	1.028.402.026.327	96
2021	1.071.671.218.000	1.119.169.524.365	104

Sumber: KPP Pratama Makassar Utara (2022)

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan jika realisasi penerimaan pajak pada dari Tahun 2017-2020 tidak sesuai dengan target yang ditetapkan di awal oleh KPP Pratama Makassar Utara. Penerimaan pajak di tahun 2017 hanya mencapai 87% dari target yang ditentukan, namun di tahun 2018 penerimaan naik sebesar 12%. Sementara di tahun 2019 realisasi penerimaan kembali mengalami penurunan sebesar 2% dari tahun 2018. Tahun 2020 realisasi penerimaan sebesar 96% dari target. Penurunan penerimaan ini, salah satu disebabkan karena adanya pandemi Covid-19 yang menyebar di Indonesia. Memasuki tahun kedua

di masa pandemi Covid-19, tepatnya di tahun 2021 penerimaan pajak telah melebihi target sebesar 104% dengan rasio kenaikan sebesar 9% dari tahun 2020. Tercapainya penerimaan di tahun 2021 disebabkan karena wajib pajak memanfaatkan secara maksimal adanya UU HPP (Harmonisasi Peraturan Perpajakan) serta PPS (Program Pengungkapan Sukarela). Hal ini dipertegas oleh kepala Bidang P2Humas Kanwil DJP Sulselbartra Bapak Eko Pandoyo Wisnu yang mengatakan bahwa untuk menangani penerimaan pajak Kanwil DJP Sulselbartra akan melakukan langkah-langkah yang strategis, satu diantaranya yaitu melakukan sosialisasi PPS (Program Pengungkapan Sukarela) secara aktif serta masif agar masyarakat mengetahui secara lebih luas, setelah itu kami akan mengawasi aktivitas penyampaian SPT Tahunannya agar sesuai dengan target yang diharapkan (Kadir, 2022).

Jumlah wajib pajak orang pribadi yang terdaftar dan pelaporan SPT pada tahun 2017-2021 dapat dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1.2
Tingkat Kepatuhan WPOP KPP Pratama Makassar Utara

Tahun	WPOP Terdaftar	SPT Tahunan Terlapor	Tingkat Kepatuhan
2017	161.325	46.969	29%
2018	171.907	45.638	27%
2019	184.141	49.195	27%
2020	220.664	55.450	25%
2021	247.002	59.783	24%

Sumber: KPP Pratama Makassar Utara (2022)

Tabel 1.2 menunjukkan tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang terdaftar KPP Pratama Makassar Utara dari tahun 2017-2021. Wajib pajak orang pribadi yang terdaftar pada tahun 2017-2021 terus mengalami peningkatan tetapi wajib pajak yang melaporkan SPT Tahunannya masih terus mengalami perubahan

(fluktuasi) setiap tahunnya. Realisasi Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) yang terlapor pada tahun 2021 hanya mencapai 24% dari 247.002 wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Makassar Utara. Hal ini membuktikan bahwa walaupun realisasi penerimaan tahun 2021 di KPP Pratama Makassar Utara mencapai target, namun KPP Pratama Makassar Utara tidak berhasil mengimbangi dengan realisasi pelaporan SPT Tahunannya. Kondisi ini membuktikan bahwa masih terjadi kesenjangan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang ada di KPP Pratama Makassar Utara dalam melaksanakan kewajibannya secara menyeluruh.

Berbicara mengenai masalah kepatuhan wajib pajak merupakan salah satu hal yang masih sering dibahas tidak terkecuali di Indonesia. Kepatuhan wajib pajak dapat didefinisikan sebagai perilaku seseorang dalam melaksanakan dan mematuhi segala kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku. Kepatuhan wajib pajak dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik dari internal maupun eksternal. Noviyanti & Azam (2021) mengemukakan bahwa kepatuhan wajib pajak dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor internal seperti kesadaran wajib pajak. Kesadaran merupakan kondisi dimana wajib pajak secara sukarela memenuhi kewajibannya dan memberikan kontribusi dalam melaksanakan kewajibannya (Karnedi & Hidayatulloh, 2019). Rahayu (2017) mengemukakan bahwa tingginya kesadaran wajib pajak dipengaruhi karena wajib pajak telah mengerti dan memahami mengenai perpajakan, sehingga pengetahuan yang baik akan memberikan keyakinan dan kepercayaan terhadap wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya.

Niat adalah faktor utama yang dapat memengaruhi perilaku setiap individu. Niat akan muncul jika seseorang memiliki pengetahuan. Pengetahuan yang baik akan memberikan keyakinan dan kepercayaan terhadap wajib pajak, sehingga

akan memberikan motivasi dalam berperilaku sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Wajib pajak yang telah memiliki pengetahuan, maka akan muncul kesadaran dan keyakinannya dalam melakukan perilaku (*behavioral beliefs*). Beberapa penelitian terdahulu menemukan bukti empiris mengenai kesadaran wajib pajak. Perdana & Dwirandra (2020) dan Noviyanti & Azam (2021) mengungkapkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, namun penelitian Karnedi & Hidayatulloh (2019) memiliki hasil berbeda yang mengemukakan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib. Oleh karena itu semakin tinggi kesadaran wajib pajak maka akan memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban pajaknya sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku.

Faktor internal lainnya yang dapat memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak yaitu adanya moral yang dimiliki oleh wajib pajak. Nugroho (2021) mengemukakan bahwa moral merupakan motivasi atau dorongan yang ada dalam diri sendiri untuk memenuhi kewajibannya dikarenakan wajib pajak memiliki kesadaran yang tinggi mengenai fungsi dan manfaat dari perpajakan. Moral merupakan faktor utama untuk mengetahui mengapa seseorang berperilaku jujur dalam permasalahan mengenai perpajakan (Cahyonowati, 2011).

Wajib pajak yang memiliki moral baik dan tidak memiliki moral maka akan memiliki perbedaan dalam berperilaku, oleh karena itu diharapkan dengan adanya pengetahuan dan kesadaran maka akan memengaruhi tingkat moral wajib pajak. Jika wajib pajak memiliki moral yang baik, maka perilaku wajib pajak menjadi lebih patuh serta lebih condong ke arah positif dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Penelitian Nugroho (2021) dan Purnamasari & Sudaryo (2018) membuktikan bahwa adanya hubungan moral wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak dengan kata lain bahwa moral wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mursalin (2020) memiliki hasil yang berbeda yang menyatakan bahwa moral wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Tingkat kepatuhan wajib pajak juga dapat dipengaruhi karena adanya kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak pajak kepada wajib pajak. Ayu & Bambang (2018) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor eksternal yang dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Pelayanan yang baik dan berkualitas ialah kemampuan suatu lembaga dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan namun tetap dan sesuai dengan standar pelayanan serta dapat dipertanggung jawabkan (Agung & Ery, 2017). Jika wajib pajak mendapatkan pelayanan yang baik dan berkualitas, maka diharapkan akan meningkatkan kepuasan yang dimiliki oleh wajib pajak, sehingga akan memengaruhi tingkat kepatuhan perpajakannya (*normatif beliefs*). Pelayanan yang baik dan berkualitas dari pihak pajak akan memberikan harapan kepada wajib pajak, sehingga membuat wajib pajak termotivasi untuk memenuhi harapan tersebut (Noviantari & Ery, 2018). Penelitian sebelumnya membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak (Ayu & Bambang, 2018 dan Noviantari & Ery, 2018), namun penelitian Wulandari *et al.* (2020) dan Bahri *et al.* (2018) menunjukkan hasil berbeda yaitu kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Melihat kondisi saat ini tingkat kepatuhan wajib pajak juga dapat dipengaruhi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Accenture (2020) mengemukakan bahwa Direktorat Jenderal Pajak akan lebih komparatif dalam melakukan aktivitasnya dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan mengimplikasikan layanan publik secara digital pada saat ini. Modernisasi sistem merupakan salah satu program pembaharuan yang dikembangkan oleh DJP

(Direktorat Jenderal Pajak) dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dalam sistem administrasi perpajakan. Penggunaan teknologi informasi bukan sesuatu yang baru dalam sektor perpajakan, namun hal ini terbukti bahwa dengan adanya teknologi informasi yang berbasis data serta dengan adanya regulasi yang mendukung dapat membuktikan bahwa memberikan efektivitas dan efisiensi dalam pelaporan pajak serta secara signifikan mampu mengubah perilaku wajib pajak (Kemenkeu, 2021). Hal ini sesuai dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) dimana menjelaskan bahwa seseorang dapat menerima serta menggunakan teknologi karena memiliki keyakinan bahwa dapat memperoleh manfaat (*usefulness*) dan kemudahan (*easy to use*) dalam mendapatkan informasi tanpa perlu mengeluarkan usaha yang lebih keras (Davis, 1993).

Barua (2020) yang mengemukakan bahwa sektor yang tidak dapat bertransformasi ke arah digital pada saat ini maka akan mengalami dampak yang paling negatif. Hal ini didukung Nopiana & Natalia (2018) mengemukakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi komunikasi (TIK) berdampak positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak, oleh sebab itu dengan adanya penggunaan teknologi pada saat ini akan menciptakan kemudahan terhadap wajib pajak dalam melakukan pembayaran maupun pelaporan pajak serta akan memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban. Diperkuat dengan hasil penelitian oleh Farida (2019) dan Andika & Yasa (2020) yang menunjukkan hasil bahwa kemajuan teknologi dan pemanfaatan TIK (Teknologi Informasi Komunikasi) dengan menggunakan *e-filing* telah memberikan pengaruh positif dalam meningkatkan kepatuhan pajak. Perkembangan dan penggunaan (Teknologi Informasi Komunikasi) TIK berdampak positif terhadap penerimaan pajak (Mascagni *et al.*, 2021).

Peningkatan kepatuhan wajib pajak juga harus didukung dengan adanya sosialisasi yang baik. Sosialisasi adalah salah satu sarana pembelajaran untuk mendapatkan informasi yang akan memengaruhi persepsi individu sebelum melakukan sebuah tindakan. Sosialisasi merupakan salah satu usaha yang paling efektif yang dapat dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Hartana & Merkusiwati, 2018). Semakin sering adanya kegiatan sosialisasi perpajakan oleh petugas pajak maka pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai perpajakan maupun sistem perpajakan akan semakin meningkat dengan harapan akan mendorong masyarakat untuk taat dalam melaksanakan kewajiban pajaknya. Ayu & Bambang (2018) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa jika sosialisasi dilakukan dengan baik dan optimal maka wajib pajak akan mendapatkan pengetahuan yang lebih banyak, memberikan pemahaman yang baik mengenai perpajakan, serta menciptakan sikap sadar terhadap kewajibannya dan akan meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak. Sari & Saryadi (2019) dan Nopiana & Natalia (2018) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, namun berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Noviyanti & Azam (2021) bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian Putri (2018), Ayu & Bambang (2018), Meifari (2020) dan Nasrul (2020) yang menggunakan sosialisasi sebagai variabel moderasi yang menunjukkan hasil yang berbeda dalam penelitiannya. Putri (2018), Ayu & Bambang (2018), dan Nasrul (2020) menjelaskan bahwa sosialisasi pajak dapat memoderasi hubungan antara kesadaran, moral wajib pajak, kualitas pelayanan dan modernisasi sistem dengan menggunakan *e-filling* terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian Meifari (2020) dan Ayu & Bambang (2018) menunjukkan hasil

yang berbeda bahwa sosialisasi pajak tidak terbukti memoderasi kesadaran wajib pajak, kewajiban moral wajib pajak, dan kualitas layanan terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan untuk modernisasi sistem menjelaskan bahwa sosialisasi dapat memoderasi namun memperlemah hubungan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan menggunakan sistem *e-filling*. Sehingga, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) perlu merangkul seluruh masyarakat dan melakukan sosialisasi secara terus-menerus dan insentif.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Noviyanti & Azam (2021), yang meneliti mengenai pengaruh Sikap Wajib Pajak, Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, serta Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel bebas, subjek pajak, lokasi, dan waktu penelitian, serta penggunaan sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi.

Berdasarkan fenomena yang telah dikemukakan di atas dan adanya inkonsisten dari penelitian sebelumnya, maka peneliti ingin melakukan penelitian serta pengujian kembali dengan menggunakan faktor Kesadaran Wajib Pajak, Moral Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, dan Modernisasi Sistem Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, Serta Sosialisasi Pajak Sebagai Variabel Moderasi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah pokok atau rumusan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Apakah kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak?

2. Apakah moral wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak?
3. Apakah kualitas pelayanan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak?
4. Apakah modernisasi sistem berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak?
5. Apakah sosialisasi pajak dapat memoderasi pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak?
6. Apakah sosialisasi pajak dapat memoderasi pengaruh moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak?
7. Apakah sosialisasi pajak dapat memoderasi pengaruh kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak?
8. Apakah sosialisasi pajak dapat memoderasi pengaruh modernisasi sistem perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam menyusun proposal tesis ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.
2. Untuk mengetahui pengaruh moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.
4. Untuk mengetahui pengaruh modernisasi sistem terhadap kepatuhan wajib pajak.
5. Untuk mengetahui sosialisasi pajak dapat memoderasi pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

6. Untuk mengetahui sosialisasi pajak dapat memoderasi pengaruh moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.
7. Untuk mengetahui sosialisasi pajak dapat memoderasi pengaruh kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.
8. Untuk mengetahui sosialisasi pajak dapat memoderasi pengaruh modernisasi sistem perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

1.4. Kegunaan Penelitian

Untuk itu penelitian ini diharapkan berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, para akademisi, dan praktisi sebagai berikut:

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan bukti empiris mengenai kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Melalui TPB (*Theory of Planned Behavior*), *Cognitive Moral Development* (CMD), dan TAM (*Technology Acceptance Model*) diharapkan dapat menjadi tambahan literatur mengenai pengaruh kesadaran wajib pajak, moral wajib pajak, kualitas pelayanan dan modernisasi sistem terhadap kepatuhan wajib pajak, serta memberikan bukti empiris bahwa sosialisasi pajak dapat memoderasi pengaruh kesadaran wajib pajak, moral wajib pajak, kualitas pelayanan dan modernisasi sistem terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi, sekaligus akan menjadi sebuah referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2. Kegunaan Praktis

1. Bagi Pemerintah (Instansi Perpajakan)

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi agar lebih memfokuskan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan merata kepada semua warga negara atau wajib pajak. Selain itu perlu dilakukannya sosialisasi yang lebih berkelanjutan dan intens dengan tujuan untuk memberikan informasi, pengetahuan serta memotivasi wajib pajak dalam menjalankan semua kewajibannya secara sukarela

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya sesuai dengan bidang perpajakan dan diruang lingkup yang berbeda.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penyusunan dan pembahasan dari penelitian ini, maka disajikan gambaran mengenai susunan penulisan penelitian yang terdiri dari beberapa bab sebagai berikut:

Bab pertama terdiri dari Pendahuluan, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan. Pendahuluan menguraikan Latar belakang yang menjelaskan isu dan motivasi penelitian yang diangkat. Pada bab ini, masalah dan tujuan penelitian dirumuskan. Setelah itu kegunaan penelitian disebutkan agar penelitian ini bisa memberikan kontribusi pada penelitian selanjutnya. Sistematika penulisan adalah bagian akhir dalam menguraikan bab pertama.

Pada bab kedua berisi tentang tinjauan teori dan konsep dijelaskan dengan menguraikan teori yang mendasari penelitian, di bagian akhir bab kedua, tinjauan empiris yang sangat relevan dengan topik penelitian diuraikan.

Bab ketiga menguraikan Kerangka Konseptual dan Hipotesis, bagian ini berisi teori, konsep dan tinjauan empiris yang memperlihatkan kaitan antar variabel dijelaskan sebagai kerangka pemikiran dan hipotesis.

Bab keempat adalah Metode Penelitian, bagian ini menguraikan tentang rancangan penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi dan variabel dan teknik analisis data.

Bab kelima adalah Hasil Penelitian. Bab ini memuat deskripsi data dan deskripsi hasil penelitian.

Bab keenam adalah Pembahasan. Bab ini menjawab pertanyaan penelitian atau rumusan masalah, menafsirkan temuan-temuan, mengintegrasikan hasil dan temuan pada ilmu atau teori yang telah mapan.

Bab ketujuh adalah Penutup. Bab ini memuat kesimpulan, implikasi, keterbatasan penelitian dan saran-saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teori

2.1.1. *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Theory of Planned Behavior atau teori perilaku terencana merupakan bentuk pengembangan yang lebih lanjut dari teori perilaku beralasan atau *Theory of Reasoned Action*. Teori TPB (*Theory of Planned Behavior*), dikemukakan pertama kali oleh Fishbein dan Ajzen di tahun 1975. Dimana Ajzen, menjelaskan bahwa niat individu (*behavior intention*) terhadap sebuah perilaku tertentu merupakan faktor yang utama dari sebuah perilaku individu. Dengan kata bahwa perilaku yang dilakukan oleh individu karena adanya niat untuk berperilaku (Ajzen, 2002).

Niat adalah suatu dorongan atas perilaku dan tindakan sehingga dapat memprediksi apa yang ingin dilakukan oleh perilaku diketahui niatnya. Ajzen (2002), mengidentifikasi ada tiga faktor yang dapat memengaruhi niat untuk berperilaku, yaitu:

- a. *Behavioral beliefs*, yaitu keyakinan individu akan hasil dari suatu perilaku dan evaluasi atas hasil tersebut (*beliefs strength and outcome evaluation*).
- b. *Normative beliefs*, yaitu keyakinan tentang harapan normatif orang lain dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut (*normative beliefs and motivation to comply*).
- c. *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*).

2.1.2. *Cognitive Moral Development (CMD)*

Cognitive Moral Development (CMD) merupakan pengembangan moral kognitif dalam bidang psikologis yang dikembangkan oleh Kohlberg pada tahun 1969 (Cesur & Topcu, 2010). Teori ini dapat menggambarkan betapa penting pertimbangan moral (*moral judgment*), yaitu alasan (*reason*), pembenaran (*justification*) atas keputusan, serta nilai yang berhubungan dengan tindakan sosial (Gibbs, 2003). Kohlberg (1969) mengemukakan bahwa *Cognitive Moral Development (CMD)* melibatkan 2 aspek individual dalam pengambilan keputusan, antara lain:

1. Aspek *cognitive*, merupakan bagian inti dalam struktur *reasoning* (penalaran) moral individual serta setiap individu menjadikan motivasi dalam tindakan moral atau amoral dalam bagian ini.
2. *Argument development*, menjelaskan bahwa struktur penalaran moral setiap individu akan bergerak meningkat dari satu tahap kemajuan pemikiran (*rational progress*) ke tahap berikutnya, dengan cara yang sama (*invariant*), *irreversible* (tidak dapat berbalik), serta berurut (*sequence*) ke tahap perkembangan moral

Cognitive Moral Development (CMD) menurut Kohlberg (1969) menjelaskan proses pengembangan *judgment* moral individual dalam pengambilan keputusan yang terbagi menjadi 3 level, sebagai berikut:

1. *Pre-Conventional*

Tingkatan pre-konvensional pengembangan moral kognitif diisyaratkan dengan keputusan individu bersumber pada perhatian eksklusif orang buat dirinya sendiri ataupun kepentingan individu tanpa memikirkan akibat dari tindakannya pada orang lain. Pada tingkatan ini, orang kerap berperan dalam rangka menjauhi hukuman. Apalagi jika seseorang tertarik

pada kesejahteraan yang lain, motif ini menciptakan kepentingan individu jangka panjang. Pada tingkatan ini mereka bereaksi terhadap permasalahan etis dari sudut pandang egois, mengevaluasi opsi moral paling utama dalam perihal konsekuensi individu, kebutuhan, dan pertukaran keuntungan.

2. *Conventional*

Pada tingkatan konvensional, orang mengakui betapa pentingnya menghormati orang lain yang pengaruhi dalam keputusan etis. Ketentuan, prosedur, serta hukuman berperan selaku pondasi buat menguasai parameter kesesuaian sikap. Individu mengenali benar serta salah terhadap perilaku mereka dalam hubungan lingkungan sosial orang (teman, keluarga, warga) bisa menciptakan pilihan moral mereka. Sikap yang benar didefinisikan oleh harapan serta bisa menolong orang lain. Sikap yang benar ditetapkan oleh undang-undang, peraturan, serta kewajiban yang diperlukan buat melindungi ketertiban sosial.

3. *Post-Conventional*

Tingkatan post-konvensional, yaitu ketika seseorang menyadari hendak nilai-nilai serta hak-hak yang mendasarinya saat sebelum pengambilan keputusan. Setiap individu akan bersikap sesuai dengan tugasnya. Pada tingkatan ini, orang memikirkan mungkin untuk mengganti hukum, ketentuan serta prosedur yang bermanfaat buat tujuan sosial. Pada tahap ini pengembangan moral orang dipimpin oleh prinsip-prinsip etis yang diseleksi sendiri bersumber pada keadilan, serta hak-hak manusia. Prinsip ini sesuai dengan harapan dan keinginan masyarakat.

Cognitive Moral Development (CMD) merupakan teori yang sesuai yang dapat membedakan satu individu dengan individu lainnya dalam pengambilan keputusan moralnya. Setiap individu akan memiliki respon yang berbeda walaupun

dihadapkan pada moral yang sama, hal ini disebabkan karena mereka berada pada tingkat pengembangan moral yang berbeda. Individu yang telah memiliki level yang paling tinggi akan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam pengambilan keputusan sesuai dengan moral yang dimiliki. Oleh karena itu pencapaian individu pada setiap level *Cognitive Moral Development* (CMD) dapat membedakan perilaku individu dalam pengambilan keputusan moral atau amoral.

2.1.3. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) dicetus pertama kali oleh Davis pada tahun 1989, dimana TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) atau Teori Tindakan Beralasan yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein (Biduri *et al.*, 2021). *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah salah satu teori yang digunakan untuk melihat bagaimana sebuah sistem teknologi dapat memengaruhi pemakaian dari teknologi pada kegiatan sehari-hari. Dengan kata lain, menjelaskan pengaruh penggunaan sistem informasi dan dapat digunakan untuk menjelaskan diterimanya perilaku individu dalam menggunakan sistem informasi tersebut.

Davis menjelaskan bahwa ada dua faktor atau variabel yang memengaruhi dalam penggunaan teknologi, yaitu dilihat dari persepsi manfaat (*usefulness*) dan persepsi kemudahan (*ease of use*) (Andika & Yasa, 2020). Persepsi manfaat (*usefulness*) dapat diartikan seberapa besar tingkat kepercayaan individu dalam menggunakan sebuah sistem tersebut, sedangkan untuk persepsi kemudahan (*use of use*) yaitu seberapa besar tingkat kemudahan pengguna terhadap sistem yang digunakan. Hal inilah yang akan memengaruhi niat seseorang dalam berperilaku dalam menggunakan sistem tersebut.

Davis (1993) menjelaskan ada 4 perspektif dalam TAM, antara lain:

1. *Perceived ease of use*

Perspektif ini diartikan bahwa seberapa besar ukuran kepercayaan seseorang terhadap penggunaan komputer atau teknologi mudah digunakan dan dipahami

2. *Perceived usefulness*

Perspektif ini menjelaskan bahwa seberapa besar penggunaan suatu teknologi dapat dipercaya akan memberikan manfaat atau keuntungan terhadap para penggunanya.

3. *Attitude toward using*

Perspektif ini dalam TAM menjelaskan sikap terhadap penggunaan sistem dilihat dari penerimaan maupun penolakan sebagai efek jika menggunakan teknologi atau komputer dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya.

4. *Actual use or behavior intention to use*

Perspektif ini menjelaskan bahwa perilaku secara nyata dapat mengadopsi sistem ini dan memilih untuk tetap menggunakannya, dimana individu merasa senang dalam menggunakan sistem tersebut karena mereka merasakan kemudahan, memiliki manfaat, meningkatkan produktivitas, yang dapat tercermin dari kondisi nyata penggunanya.

Teknologi informasi adalah teknologi yang digunakan untuk mengelola data, memproses, menyusun, menyimpan, mengubah data dalam berbagai cara demi menghasilkan sebuah informasi yang berkualitas, relevan, akurat, tepat waktu, yang digunakan untuk kepentingan tertentu dan merupakan salah satu informasi yang baik dan strategis dalam mengambil sebuah keputusan (Biduri *et al.*, 2021). Sehingga, TAM merupakan salah satu model yang sangat relevan untuk memprediksi penerimaan penggunaan teknologi informasi dan ini merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi keberhasilan modernisasi sistem.

2.1.4. Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan menurut kamus Bahasa Indonesia memiliki arti patuh, taat, atau tunduk pada suatu aturan maupun ajaran tertentu. Sehingga kepatuhan wajib pajak adalah sebuah tindakan atau wujud ketaatan yang mencerminkan taat maupun patuh secara waras terhadap suatu aturan, norma, atau ketentuan secara umum yang berlaku yaitu dengan selalu membayar pajak maupun melaporkan pajaknya atas perpajakan tahunan maupun masa. Menurut Peraturan Menteri Keuangan RI Nomor 74/PMK.03, 2012), kepatuhan wajib pajak adalah bersedianya wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajaknya sesuai dengan aturan tanpa perlu diadakan pemeriksaan, investigasi seksama, ancaman, atau peringatan (Peraturan Menteri Keuangan RI Nomor 74/PMK. 03., 2012).

Ermawati (2018) mengemukakan kepatuhan wajib pajak adalah perilaku wajib pajak dalam menyetor, melaporkan, dan membayar pajak sesuai dengan waktu yang ditetapkan, dengan kata lain bahwa kepatuhan wajib pajak dapat didefinisikan sebagai wujud wajib pajak akan sadar dalam melaksanakan kewajibannya untuk membayar pajak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku secara sukarela untuk menghitung, membayar, dan menyetorkan pajaknya.

Wajib pajak yang memiliki rasa patuh yang tinggi maka akan dapat meningkatkan penerimaan dalam sektor perpajakan. Adapun kriteria kepatuhan wajib pajak yang sesuai dengan persyaratan dalam PMK-192/PMK.03/2007, yaitu:

1. Tepat waktu dalam menyampaikan SPT
2. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak
3. Laporan Keuangan telah diaudit baik dari Akuntan Publik maupun lembaga

pengawasan keuangan pemerintah dengan opini Wajar Tanpa Pengecualian berturut-turut selama tiga tahun lamanya.

4. Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan berdasarkan keputusan pengadilan yang mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 tahun terakhir

Nopiana & Natalia (2018) menyatakan bahwa ada beberapa indikator yang dapat memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak, sebagai berikut:

1. Wajib pajak mendaftarkan dirinya di Kantor Pelayanan Pajak.

Wajib pajak memiliki kewajiban untuk mendaftarkan diri ke Kantor Pelayanan Pajak sesuai domisili atau wilayah tempat tinggalnya untuk mendapatkan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), baik dilakukan secara online dengan menguji website (<https://djponline.pajak.go.id>) maupun secara langsung (offline) ke KPP (Kantor Pelayanan Pajak)

2. Wajib pajak dapat menghitung, memperhitungkan, membayar pajaknya.

Wajib Pajak dapat melakukan perhitungan dan mempertimbangkan pajak dari penghasilan yang terutang, setelah itu wajib pajak dapat membayar sejumlah pajak yang seharusnya dibayarkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan. Pembayaran bisa dilakukan di kantor pos, ATM, *m-banking*, internet *banking* dan lainnya dengan memperlihatkan SSP (Surat Setoran Pajak) dari KPP maupun lewat *e-payment* (Surat Setoran Elektronik) SSE.

3. Wajib pajak dapat melaporkan pajaknya.

Wajib pajak bisa melaporkan SPTnya (Surat Pemberitahuan) sebagai salah satu sarana untuk dapat mempertanggungjawabkan dan melaporkan atas perhitungan sejumlah yang terutang sesuai dengan peraturan perpajakan. Pelaporan SPT bisa dilakukan secara offline dengan

mengunjungi secara langsung Kantor Pelayanan Pajak sesuai wilayah domisili wajib pajak, maupun secara online dengan mengunjungi web (<https://djponline.pajak.go.id>)

2.1.5. Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak adalah sebagai bentuk sifat kesukarelaan seorang wajib pajak dalam menjalankan kewajibannya dengan memberikan kontribusi dana dan memenuhi kewajibannya dalam membayar pajak sebagai bentuk melaksanakan fungsi dari pemerintah (Yustikasari *et al.*, 2020). Sedangkan Hardiningsih & Yulianawati (2011) mengemukakan bahwa kesadaran wajib pajak adalah kondisi dimana wajib pajak memiliki kemauan dalam melaksanakan kewajiban pajaknya. Hal tersebut dipengaruhi karena wajib pajak telah memahami, mengetahui, serta melaksanakan semua ketentuan perpajakan yang ada secara benar, sukarela, dan bersungguh-sungguh. Sehingga, semakin tinggi kesadaran wajib pajak maka pelaksanaan dalam melaksanakan kewajibannya semakin baik dan dapat meningkatkan kepatuhan.

Zanaria *et al.*, (2020) menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak yang dilakukan dalam memenuhi kewajibannya yaitu memahami sistem perpajakan yang berlaku, peraturan yang berlaku serta mengetahui bahwa pajak merupakan sumber utama penerimaan negara. Oleh karena itu wajib pajak harus memiliki pengetahuan perpajakan yang baik, sehingga kesadaran wajib pajak timbul dan secara langsung tingkat rasa kepatuhan secara sukarela dapat meningkat. Faktor-faktor yang dapat memengaruhi kesadaran menurut Rahayu (2017), yaitu sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan, kualitas individu dalam membayar pajak, tingkat kepatuhan, tingkat perekonomian wajib pajak, serta persepsi yang baik atas sistem administrasi yang digunakan.

Hartana & Merkusiwati (2018), menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak

merupakan salah satu tindakan yang memiliki niat yang baik dalam melaksanakan tanggungjawab membayar pajak secara sukarela. Adapun indikator yang dapat memengaruhi kesadaran wajib pajak, sebagai berikut:

1. Paham mengenai peraturan perpajakan yang berlaku;
2. Mengetahui fungsi pajak sebagai penunjang pembangunan pemerintahan;
3. Penundaan pembayaran pajak serta pengurangan beban pajak dapat merugikan negara;
4. Mengetahui manfaat pajak.

Kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak merupakan perilaku wajib pajak baik berupa pandangan atau perasaan yang melibatkan pengetahuan, keyakinan, dan penalaran disertai kecenderungan yang diberikan oleh sistem dan ketentuan pajak tersebut. Kesadaran wajib pajak merupakan salah satu perbuatan dalam memenuhi kewajibannya secara sukarela sebagai warga negara dengan maksud dan tujuan sebesar-besarnya untuk mendukung pembangunan dalam negeri

2.1.6. Moral Wajib Pajak

Moral berasal dari bahasa latin yaitu *mores* yang artinya kebiasaan. Moral wajib pajak merupakan kunci dasar yang mampu menjelaskan seseorang dapat berperilaku jujur yang berhubungan dengan perpajakan dengan kata lain bahwa moral pajak ialah sebagai bentuk sifat kesukarelaan seorang wajib pajak dalam menjalankan kewajibannya dengan memberikan kontribusi dana dan memenuhi kewajibannya karena adanya motivasi intrinsik dalam membayar pajak sebagai bentuk mematuhi peraturan perpajakan (Cahyonowati, 2011). Moral merupakan salah satu faktor yang penting dalam mengetahui tingkat kepatuhan wajib pajak mengenai etika, perasaan bersalah, dan prinsip hidup yang dimiliki setiap individu. (Martins dan Gomes, 2014).

Purnamasari & Sudaryo (2018) menjelaskan bahwa ada dua hal yang menyangkut aspek moral wajib pajak di bidang perpajakan, yaitu (1) kewajiban moral wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya sebagai warga negara yang baik dan (2) adanya kesadaran moral pajak mengenai pengalokasian atau distribusi dari penerimaan pajak yang ada. Adapun indikator yang dapat memengaruhi moral wajib pajak, sebagai berikut:

1. Perasaan bersalah
2. Melanggar etika
3. Kesadaran membayar pajak
4. Prinsip hidup dan kewajiban moral

Moral wajib pajak hal yang mutlak yang harus dimiliki oleh setiap individu karena moral merupakan norma yang dapat mengatur perilaku setiap individu dalam melaksanakan kehidupan sosial di masyarakat. Wajib pajak yang memiliki kesadaran moral yang baik dan kewajiban moral yang tinggi maka lebih mengarah untuk berperilaku baik, jujur, serta mematuhi segala peraturan yang berlaku, jika dibandingkan kepada wajib pajak yang tidak memiliki kesadaran moral dan kewajiban moral. Sehingga akan memberikan kontribusi dan mampu meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak

2.1.7. Kualitas Pelayanan

Pelayanan publik merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelayanan kepada warga negara atas barang maupun jasa serta pelayanan administrasi yang sudah disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik sesuai dengan peraturan Undang-undang No. 25 Tahun 2009. Pelayanan dalam sektor pajak dapat didefinisikan sebagai pemberian layanan atau bantuan dari pihak pajak ke wajib pajak dengan tujuan untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya. Wulandari *et al.*, (2020) mengemukakan bahwa

pelayanan merupakan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan wajib pajak dalam mengurus dan mempersiapkan semua kebutuhan wajib pajak. Kualitas pelayanan merupakan cerminan kemampuan pihak pajak dalam memberikan tingkat kepuasan mengenai pelayanan kepada wajib pajak (parasuraman *et al.*, 1985).

Tingginya kualitas pelayanan yang diberikan pihak pajak dapat memberikan respon positif serta mampu memengaruhi wajib pajak dalam melaksanakan dan memenuhi kewajiban pajaknya (Mareti & Dwimulyani, 2019). Hal tersebut disebabkan karena adanya persepsi wajib pajak terhadap pelayanan yang diterima telah sesuai harapan, begitu sebaliknya jika wajib pajak mendapatkan pelayanan namun tidak sesuai dengan harapan dan keinginan maka wajib pajak menganggap bahwa pihak pajak tidak memiliki kualitas yang baik dalam pelayanan.

Harmenita *et al.*, (2016) mengemukakan bahwa terdapat 5 indikator yang dapat mengukur kualitas pelayanan, sebagai berikut:

1. *Reliability* (kehandalan), kemampuan dalam memberikan pelayanan secara tepat waktu serta terpercaya
2. *Responsiveness* (responsive atau daya tangkap), kemampuan dalam memberikan bantuan secara tanggap dan cepat kepada wajib pajak
3. *Assurance* (jaminan), kemampuan untuk menyakinkan wajib pajak mengenai pengetahuan secara ramah, sopan, dan memberikan rasa kepercayaan terhadap jasa yang diberikannya.
4. *Empathy* (empati), adanya kepedulian dalam memberikan pemahaman wajib pajak yang sedang kesulitan
5. *Tangible* (berwujud), kemampuan dalam memberikan fasilitas sarana dan prasarana dalam melaksanakan proses pelayanan.

Pradan & Firmansyah (2020), mengemukakan bahwa pelayanan yang baik

dari pihak maupun otoritas pajak akan memberikan kenyamanan terhadap wajib pajak untuk melaksanakan serta memenuhi kewajibannya. Pelayanan yang baik bukan hanya dari dilihat dari perlakuan pihak pajak atau petugas pajak saja, namun dapat juga dilihat bagaimana petugas pajak dapat memberikan informasi yang baik dan relevan kepada wajib pajak. Oleh karena itu, kualitas pelayanan memiliki peran yang cukup penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak, sehingga pemerintah dan pihak pajak akan selalu melakukan pembaharuan dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada wajib pajak.

2.1.8. Modernisasi Sistem

Modernisasi sistem dalam sektor perpajakan merupakan salah satu program atau sistem administrasi perpajakan secara modern atas perubahan sistem dengan tujuan untuk menyempurnakan yang dilakukan oleh DJP serta untuk memaksimalkan penerimaan pajak untuk memenuhi berbagai kebutuhan negara. Di Indonesia sendiri reformasi perpajakan atau modernisasi sistem telah lama dilakukan pada tahun 1983 dimana perubahan dari sistem *Official Assessment* ke sistem *Self Assessment*. DJP (Direktorat Jenderal Pajak) sendiri sudah membuat sistem perpajakan yang dapat digunakan secara online seperti *e-Filing*, *e-Form*, dan lainnya. Aryati dan Putritanti (2017) menyatakan bahwa ada beberapa indikator yang dapat menilai dari modernisasi sistem, sebagai berikut:

1. Sistem administrasi perpajakan modern
2. Perubahan struktur dan strategi organisasi
3. Perbaikan manajemen sumber daya manusia
4. *Good governance*

Rahayu (2010) mengemukakan bahwa dalam menciptakan modernisasi sistem, akan ada perubahan yang akan dilakukan, sebagai berikut:

1. Struktur Organisasi.

Implementasi modernisasi sistem perpajakan akan memfokuskan peningkatan pelayanan terhadap wajib pajak. Selain itu akan terjadi perubahan struktur organisasi DJP dalam pengawasan kepada wajib pajak

2. Proses Bisnis serta Teknologi Informasi dan Komunikasi.

Hal dasar dalam program modernisasi yaitu adanya perbaikan proses bisnis, yang akan memfokuskan terhadap pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi secara keseluruhan, khususnya dalam pekerjaan administrasi. Adapun perbaikan dalam proses bisnis yang diterapkan dengan *e-system*, yaitu *e-filing* (pengisian SPT secara online melalui internet), *e-SPT* (SPT melalui media digital), *e-payment* (pembayaran PBB secara online), dan *e-registration* (Pendaftaran NPWP secara online).

3. Manajemen Sumber Daya Manusia.

Adanya modernisasi sistem perpajakan, diharapkan akan didukung dengan meningkatkan SDM yang andal, jujur, adil, bertanggungjawab, serta berkompotensi.

4. Pelaksanaan *Good Governance*.

Hal ini berkaitan dengan integritas para pekerja atau pegawai, dimana harus mengimplementasikan prinsip-prinsip sesuai dengan *good governance*, yaitu keterbukaan (transparansi), bertanggungjawab, akuntabilitas, mandiri, serta kesamarataan. Sehingga, akan meningkatkan kualitas pelayanan.

Faktor utama dari program modernisasi sistem perpajakan yaitu pembaharuan sebuah proses dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dengan tujuan untuk memudahkan wajib dalam melaksanakan kewajibannya dimana saja, sehingga lebih efisien dan efektif (Hendrawati *et al.*, 2021). Sedangkan menurut Direktorat Jenderal Pajak (2007), modernisasi sistem perpajakan secara administrasi bertujuan untuk meningkatkan tingkat

kepercayaan masyarakat, meningkatkan produktivitas dan integritas petugas pajak, dan meningkatkan kepatuhan wajib pajak secara sukarela.

Andika & Yasa (2020), menjelaskan ada dua indikator yang dapat memengaruhi seseorang memilih dalam menggunakan teknologi, sebagai berikut:

1. Persepsi manfaat (*usefulness*)

Persepsi ini menjelaskan bahwa sejauh mana individu percaya bahwa dengan menggunakan dan memanfaatkan teknologi akan memberikan manfaat meningkatkan kinerja dalam melaksanakan tugas maupun tanggung jawabnya. Jika individu sudah memiliki kepercayaan maka seseorang akan memilih untuk memanfaatkan sistem tersebut. Jika dikaitkan dengan sistem perpajakan maka akan memudahkan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan seperti menyampaikan SPT secara online serta *realtime*.

2. Persepsi kemudahan (*ease of use*).

Persepsi kemudahan (*ease of use*) menjelaskan bahwa seseorang percaya bahwa sistem maupun teknologi tersebut mudah digunakan dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawab. Kemudahan dalam mengoperasikan atau menggunakan sebuah sistem merupakan satu hal yang menjadi pertimbangan individu untuk menjalankan dan menggunakan sistem tersebut. Semodern atau secanggih apapun teknologi yang digunakan jika individu sulit untuk menggunakan, maka wajib pajak memilih untuk tidak menggunakannya. Sebaliknya, jika sistem yang diterapkan sederhana dan mudah dipahami maka individu cenderung akan menggunakan sistem tersebut (Hendrawati *et al.*, 2021).

Oleh karena itu, pemerintah bersama Direktorat Jenderal Pajak perlu merancang reformasi perpajakan dan melakukan perbaikan terkait sistem

perpajakan secara komprehensif dan secara menyeluruh, sehingga akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Pemanfaatan teknologi informasi khususnya dalam modernisasi sistem administrasi pajak mengakibatkan terjadi berbagai perubahan misalnya tugas yang biasanya dilakukan oleh manusia akan diganti dengan tenaga elektronik atau mesin serta mempermudah wajib pajak untuk melaksanakan kewajibannya secara online dan elektronik, sehingga dengan adanya sistem perpajakan berbasis teknologi informasi ini akan lebih efektif dan efisien (Aryati & Putritanti, 2017).

2.1.9. Sosialisasi Pajak

Sosialisasi pajak merupakan salah satu upaya yang dilakukan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam memberikan informasi mengenai semua hal yang memiliki hubungan dengan perpajakan dengan maksud meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Adanya sosialisasi perpajakan secara langsung maupun tidak langsung, maka wajib pajak akan memperoleh informasi dan pengetahuan mengenai ketentuan pajak dan sehingga akan meningkatkan kepatuhan dan kesadaran wajib pajak. Hartana & Merkusiwati (2018) mengemukakan bahwa sosialisasi perpajakan adalah upaya untuk memberikan pemahaman, informasi, dan pembinaan terhadap masyarakat tentang peraturan perpajakan yang berlaku

Jannah (2016), mengemukakan bahwa sosialisasi pajak yang intens dapat meningkatkan pengetahuan wajib pajak mengenai seluruh peraturan perpajakan yang berlaku. Ada beberapa program yang dapat dikaitkan dengan kegiatan organisasi, antara lain:

1. Mengadakan kegiatan penyuluhan mengenai perpajakan
2. Mengadakan kegiatan seminar dari berbagai profesi serta adanya pelatihan baik dari pemerintah maupun swasta
3. Memasang spanduk mengenai perpajakan

4. Memasang iklan layanan masyarakat di berbagai stasiun televisi
5. Mengadakan acara *tax goes to campus* yang menarik mulai dari adanya perlombaan, seminar dan lainnya mengenai perpajakan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman kepada seluruh mahasiswa.

Direktorat Jenderal Pajak melakukan sosialisasi dengan tujuan memberikan sebuah informasi kepada masyarakat atau wajib pajak mengenai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kegiatan tersebut dapat dilakukan dengan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung kepada calon maupun wajib pajak seperti mengikuti sebuah kegiatan seminar, kelas pajak, hadir di workshop, maupun mengikuti bimbingan secara teknis. Namun, melihat kondisi saat ini kegiatan sosialisasi dapat digunakan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi digital yaitu dengan membuat sebuah seminar atau kelas pajak dengan menggunakan aplikasi Zoom, mengupload ke media sosial seperti aplikasi TikTok, Instagram, Facebook, dan lainnya. Hal ini merupakan metode yang baik dalam membentuk kesadaran dan menambah pengetahuan wajib pajak mengenai peraturan perpajakan yang berlaku. Oleh karena itu diharapkan dengan adanya sosialisasi pajak dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak secara efektif

2.2. Penelitian Terdahulu

Mascagni *et al.*, (2021) menguji pengaruh perkembangan teknologi informasi komunikasi (TIK) terhadap kepatuhan pajak di Ethiopia. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perkembangan TIK berdampak positif pada penerimaan pajak, yang meningkat setidaknya 12% untuk pajak penghasilan dan 48% untuk PPN.

Noviyanti & Azam (2021) menguji pengaruh sikap wajib pajak, pengetahuan wajib pajak, kesadaran wajib pajak, sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial sikap wajib pajak, pengetahuan wajib pajak, dan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak di masa pandemi Covid-19

Penelitian oleh Hendrawati *et al.*, (2021) menguji pengaruh pengetahuan, sanksi pajak, modernisasi system, dan kondisi keuangan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM selama pandemi Covid-19. Hasil menunjukkan bahwa pengetahuan wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, namun sanksi pajak, modernisasi sistem, dan kondisi keuangan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) pada masa pandemi Covid-19.

Nugroho (2021) menguji pengaruh moral pajak, sanksi pajak, dan penerapan e-filing terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil menunjukkan bahwa moral pajak dan penerapan e-filing berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. sedangkan untuk sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Meifari (2020) menguji tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dengan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderating di Kota Tanjungpinang. Hasil menunjukkan bahwa pengetahuan, layanan pajak, dan kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi perpajakan memperlemah pengaruh pengetahuan wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, sosialisasi perpajakan

tidak memoderasi pengaruh pelayanan fiskus dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Mursalin (2020) menguji mengenai pengaruh moral wajib pajak, penghindaraan pajak, sanksi perpajakan, dan sikap wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Palembang Seberang Ulu. Menunjukkan hasil bahwa moral pajak dan penghindaran pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan sanksi pajak dan sikap wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Perdana & Dwirandra (2020) menguji pengaruh kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Penelitian menunjukkan hasil bahwa kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, dan sanksi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Tabanan.

Andika & Yasa (2020) menguji pengaruh Technology Acceptance Model terhadap penggunaan *e-filing* kepada wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Singaraja. Hasil menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, kemudahan, dan kesiapan teknologi informasi dapat memengaruhi wajib pajak orang pribadi dalam menggunakan *e-filing* di Kota Singaraja.

Farida (2019) meneliti mengenai perkembangan teknologi dan peningkatan kepatuhan wajib pajak dengan studi pustaka. Menunjukkan bahwa kemajuan teknologi yang dimanfaatkan oleh DJP telah berpengaruh positif untuk kepatuhan pajak. Melalui sistem *e-filing* DJP meningkatkan pelayanan bagi wajib pajak untuk mendaftar, melakukan *e-billing*, membayar, menyetor, dan melaporkan kewajiban perpajakannya. Sistem *e-filing* menyediakan beberapa sistem atau aplikasi antara lain: *e-registrasi*, *e-billing*, *e-payment*, dan *e-SPT*. Aplikasi yang diberikan terbukti

memberikan peningkatan kepatuhan wajib pajak, menjadi lebih efisien dan tepat waktu dimanapun dan kapanpun

Karnedi & Hidayatulloh (2019) menguji pengaruh kesadaran, sanksi pajak, dan *tax amnesty* terhadap kepatuhan wajib pajak OP. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak orang pribadi dipengaruhi oleh sanksi pajak dan *tax amnesty*, sedangkan kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Ismail *et al.*, (2018) menguji mengenai pengaruh penerapan sistem *e-filling* terhadap kepatuhan wajib pajak serta sosialisasi sebagai variabel moderasi. menunjukkan hasil penelitian bahwa penerapan Sistem E-Filing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dan Sosialisasi dapat memoderasi pengaruh Penerapan Sistem *e-filling* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Nopiana & Natalia, (2018) menguji mengenai sosialisasi pajak dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kepatuhan pelaporan SPT wajib pajak. Menunjukkan hasil penelitian bahwa sosialisasi pajak dan pemanfaatan TIK berdampak positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak.

Hartana & Merkusiwati (2018) menguji mengenai pengaruh kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dan sosialisasi sebagai variabel moderasi. Hasil menunjukkan bahwa Hasil dari penelitian ini yaitu kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kantor Bersama SAMSAT Tabanan, selain itu penelitian ini juga membuktikan bahwa sosialisasi perpajakan mampu memperkuat pengaruh kesadaran wajib pajak pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di kantor Bersama SAMSAT Tabanan.

Ayu & Bambang (2018) menguji tentang pengaruh kewajiban moral dan kualitas pelayanan pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dan sosialisasi sebagai variabel moderasi. Menunjukkan hasil bahwa kewajiban moral, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak, serta sosialisasi perpajak memperkuat pengaruh kualitas pelayanan pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Sedangkan sosialisasi pajak tidak dapat memoderasi pengaruh antara kewajiban moral terhadap kepatuhan wajib pajak.

Handayani & Tambun (2016) menguji mengenai pengaruh *e-filing* dan pengetahuan perpajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan sosialisasi sebagai variabel moderating. Hasil menyimpulkan bahwa penerapan sistem *e-filing* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, pengetahuan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, penerapan sistem *e-filing* dan pengetahuan perpajakan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan untuk interaksi moderasi sosialisasi perpajakan menyimpulkan bahwa hasilnya pure moderating dan memperlemah penerapan sistem *e-filing* terhadap kepatuhan wajib pajak serta untuk interaksi moderasi sosialisasi perpajakan menyimpulkan bahwa bukan variabel moderating dan memperlemah pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak

BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

3.1. Kerangka Konseptual

Bagian ini menjelaskan mengenai hubungan variabel dependen dengan independen serta mengetahui apakah variabel moderasi dapat memperkuat atau melemahkan variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel dependen yang digunakan adalah kepatuhan wajib pajak, variabel independennya adalah kesadaran wajib pajak, moral wajib pajak, kualitas pelayanan dan modernisasi sistem, sedangkan sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini menggunakan tiga teori. Pertama, *Theory of Planned Behavior* (TPB) atau teori perilaku terencana. Ajzen (2002) menyatakan bahwa niat merupakan faktor utama yang dapat memengaruhi perilaku individu. Niat individu (*behavior intention*) dipengaruhi dari tiga faktor, yaitu *behavioral beliefs*, *normative beliefs*, dan *control beliefs*. Teori ini mengasumsikan jika manusia merupakan makhluk yang memiliki sifat rasional, sehingga setiap individu dalam mengambil sebuah keputusan dalam berperilaku maka individu tersebut memerlukan informasi sebanyak-banyaknya yang akan memengaruhi dalam berperilaku secara sistematis. Selain itu, mereka akan selalu memikirkan dampak dari tindakan yang akan dilakukan di kemudian hari. Penelitian Noviyanti & Azam (2021), Perdana & Dwirandra (2020), Andika & Yasa (2020), dan Ayu & Bambang (2018), dan Hartana & Merkusiwati (2018), melalui *theory of planned behavior* (teori perilaku terencana) menemukan bahwa terdapat pengaruh kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan serta sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan dan sosialisasi pajak merupakan sebagian aspek atau faktor yang dapat memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi yang baik akan memberikan pengetahuan secara keseluruhan mengenai perpajakan, setelah wajib pajak memiliki pengetahuan maka akan timbul rasa kesadaran sehingga akan memiliki perilaku yang baik dalam melaksanakan kewajibannya. Oleh karena itu, wajib pajak akan mempunyai niat, memiliki kemauan dan termotivasi menjadi lebih patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

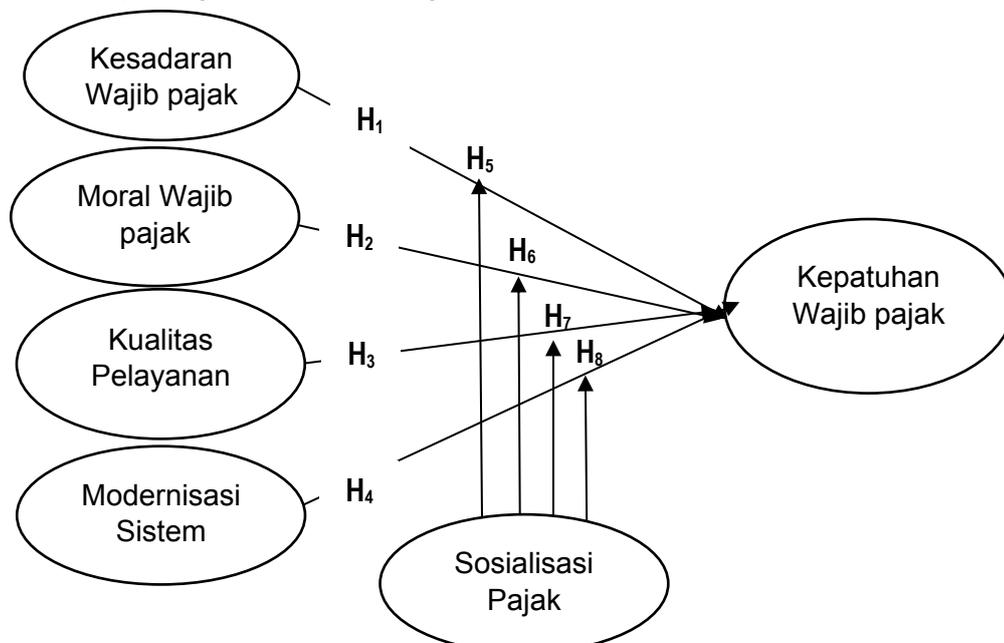
Kedua, *Cognitive Moral Development* (CMD). CMD merupakan teori yang mampu menggambarkan tingkat moral individu dalam pengambilan keputusan. Menurut Kohlberg (1969), membagi menjadi 3 level *judgment* moral individu, yaitu pre-konvensional, konvensional, dan post-konvensional. Setiap tingkat pengembang moral akan dihadapkan pada perilaku yang berbeda. Teori ini mampu membedakan setiap individu dengan individu lainnya dalam mengambil keputusan moral. Tingkat moral yang memiliki level paling tinggi, diharapkan memiliki moral yang matang dan jauh lebih baik sehingga akan menciptakan kepedulian yang lebih tinggi dalam berperilaku maupun bersikap.

Ketiga, *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM merupakan satu diantara model yang dapat menjelaskan bagaimana penggunaan teknologi dapat memengaruhi perilaku seseorang dalam menerima hal tersebut (Davis, 1993). Davis (1993), ada empat sudut pandang (perspektif) dalam TAM, yaitu sudut pandang mengenai kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), kegunaan (*usefulness*), sikap terhadap pengguna (*attitude toward using*), dan adanya perilaku agar tetap menggunakan (*behavioral intention to use*). *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan adanya sebab akibat antara keyakinan dan

perilaku dalam penggunaan sistem informasi sehingga setiap individu dapat menerima sistem teknologi informasi dalam melakukan aktivitasnya.

Andika & Yasa (2020) dan Farida (2019) dengan TAM (*Technology Acceptance Model*) menjelaskan bahwa modernisasi sistem merupakan pengembangan dan inovasi yang dilakukan oleh DJP (Direktorat Jenderal Pajak) dengan cara memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi akan memberikan manfaat (*usefulness*), pelayanan yang cepat, mudah (*ease of use*), serta efisien dan efektif. Sehingga, akan memengaruhi tingkat kepatuhan wajib dalam melaksanakan kewajiban pajaknya. Oleh karena itu, dengan menerimanya menggunakan teknologi informasi komunikasi merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi keberhasilan modernisasi sistem saat ini.

Berdasarkan landasan teori dan beberapa penelitian terdahulu yang sebelumnya telah dijelaskan, maka penelitian ini menghasilkan sebuah kerangka pemikiran dan keterkaitan antar variabel tersebut akan dinyatakan dalam kerangka pemikiran pada gambar 3.1, sebagai berikut



Gambar 3.1 Kerangka Konseptual

3.2. Hipotesis

3.2.1. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak merupakan bentuk kesukarelaan dalam melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku (Yustikasari *et al.*, 2020). Kesadaran wajib pajak menggambarkan bahwa seseorang dalam keadaan telah mengetahui, memahami, dan mengerti mengenai segala peraturan perpajakan serta hak dan kewajiban sebagai wajib pajak. Selain itu, kesadaran juga dapat didapatkan dari pengalaman, sehingga akan berperilaku dalam melakukan suatu tindakan secara terstruktur dan dapat mencerminkan pengalaman yang dihadapi sebelumnya. Teori yang berkaitan dengan kesadaran wajib pajak yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB) atau teori perilaku terencana. Teori ini menggambarkan bahwa sebelum seseorang memutuskan untuk melakukan suatu tindakan, maka hendaknya individu tersebut memiliki kepercayaan dan keyakinan (*behavioral beliefs*), mengenai hasil yang akan diperoleh dari berlaku di masa yang akan datang (Ajzen, 2002). Setelah itu individu akan memutuskan untuk melaksanakan atau tidak. Hal ini berkaitan dengan kesadaran wajib pajak, seorang wajib pajak yang memiliki tingkat kesadaran pajak yang baik dan tinggi serta memiliki kepercayaan akan meningkatkan penerimaan negara dari sektor perpajakan.

Noviyanti & Azam (2021) menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pemahaman dan pengetahuan yang baik mengenai perpajakan, maka akan meningkatkan tingkat kesadaran wajib pajak. Sehingga muncul motivasi dan kepercayaan dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Hal ini dipertegas dengan hasil penelitian oleh Sari & Saryadi (2019) membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

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

3.2.2. Pengaruh Moral Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Moral merupakan kesukarelaan dalam melaksanakan kewajibannya pajak sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku dikarenakan adanya motivasi intrinsik dan kesadaran wajib pajak yang dimiliki setiap individu (Cahyonowati, 2011). Kewajiban moral yang dimiliki seseorang tidak dapat dipaksakan dan bukan bersumber dari luar individu melainkan dari dalam diri atau hati nurani setiap individu yang meliputi etika, prinsip hidup, dan adanya rasa bersalah jika tidak melakukan perilaku. Teori yang berkaitan dengan moral wajib pajak yaitu *Cognitive Moral Development* (CMD) (Kolhberg, 1969). Teori ini dapat menggambarkan bahwa seseorang memiliki tingkat moral yang berbeda yang dapat memengaruhi perilaku individu. Seorang wajib pajak yang memiliki moral yang baik maka memiliki pandangan yang lebih positif dalam mematuhi dan komitmen sesuai dengan aturan yang ada, sehingga dapat mengontrol setiap perilakunya. Oleh karena itu jika moral wajib pajak baik maka akan menciptakan perilaku yang patuh dalam melaksanakan kewajibannya.

Ayu & Bambang (2018) menyatakan bahwa moral wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Kewajiban moral bersumber dari niat setiap wajib pajak sebelum memutuskan untuk berperilaku. Wajib pajak yang memiliki persepsi yang baik dan selalu berpikir positif serta berperilaku baik maka wajib pajak tersebut memiliki tingkat moral yang tinggi juga. Sehingga muncul motivasi dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Hal ini dipertegas dengan hasil penelitian oleh Purnamasari & Sudaryo (2018) membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat

dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Moral wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

3.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pelayanan merupakan kemampuan pihak pajak dalam memenuhi segala kebutuhan dan keperluan yang dibutuhkan oleh wajib pajak (Wulandari *et al.*, 2020). Agung & Ery (2017) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan mampu diukur dengan melihat kemampuan pihak pajak memberikan pelayanan yang memuaskan maupun memberikan pelayanan secara tanggap, memiliki kesopanan, dan dapat dipercaya oleh wajib pajak, serta dapat melihat kemampuan dalam memberikan informasi yang relevan sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku sehingga, pihak pajak dituntut selalu memberikan pelayanan yang ramah serta adil terutama setelah adanya perubahan dalam sistem perpajakan menjadi *self assessment system*. Hal ini menjelaskan bahwa adanya kualitas layanan yang diberikan pihak pajak akan memberikan harapan kepada wajib pajak sehingga, memiliki keinginan dan niat untuk berperilaku serta mendorong wajib pajak untuk patuh melaksanakan kewajibannya.

Teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan ialah *theory of planned behavior* atau teori perilaku terencana (Ajzen, 2002). Teori ini menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dengan *normatif belief* terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Pelayanan yang baik dari pihak otoritas pajak akan memberikan harapan harapan maupun kenyamanan kepada wajib pajak, sehingga wajib pajak memiliki motivasi untuk mencapai harapan tersebut (Noviantari & Ery, 2018). Hal ini sejalan dengan penelitian Agung & Ery (2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Jika wajib pajak mendapatkan pelayanan yang

berkualitas maka wajib pajak merasa senang dan puas atas layanan yang diberikan pihak pajak, hal ini disebabkan karena wajib pajak merasa dipermudah dalam melaksanakan semua hak dan kewajibannya sebagai wajib pajak Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

3.2.4. Pengaruh Modernisasi Sistem terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Modernisasi sistem adalah satu di antara inovasi pengembangan dalam memanfaatkan kemajuan teknologi dengan tujuan untuk mempermudah wajib pajak dalam menjalankan kewajiban pajak sehingga akan meningkatkan kepercayaan, produktivitas, integritas, serta meningkatkan kepatuhan wajib pajak secara sukarela (Direktorat Jenderal Pajak, 2007). *Technology Acceptance Model* (TAM) ini memprediksi apakah teknologi baru dapat memengaruhi kehidupan sehari-hari atau tidak (Davis, 1993). Teknologi informasi dapat dikaitkan dengan pelayanan, sehingga penggunaan teknologi dapat membantu pekerjaan agar menjadi lebih efektif dan efisien disebabkan setiap individu cenderung akan selalu menggunakan teknologi jika memiliki manfaat dan mempermudah (*ease of use*) segala kegiatan aktivitasnya (Andika & Yasa, 2020).

Penelitian Andika & Yasa (2020) menyatakan bahwa modernisasi sistem perpajakan dengan menggunakan teknologi informasi komunikasi (TIK) berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Penggunaan teknologi harus memiliki manfaat dan kemudahan dalam mengoperasikan, oleh karena itu wajib pajak lebih memilih untuk memanfaatkan dan menggunakan teknologi dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Hal ini didukung oleh Farida (2019), menjelaskan bahwa Direktorat Jenderal Pajak (DJP) memanfaatkan perkembangan teknologi dengan terus meningkatkan pelayanan kepada wajib

pajak dalam melakukan kewajibannya, seperti penggunaan aplikasi *e-filing*, *e-form*, *e-registration*, *e-payment*, dan lainnya. Sehingga terbukti bahwa perkembangan teknologi dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak karena wajib pajak merasa efisien, efektif, dan membantu dalam memenuhi kewajiban sebagai wajib pajak. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄: Modernisasi sistem berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

3.2.5. Sosialisasi Pajak Memoderasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sosialisasi pajak adalah satu di antara sarana dalam meningkatkan pengetahuan mengenai perpajakan. Melalui sosialisasi, maka wajib pajak dapat lebih banyak mendapatkan informasi mengenai peraturan maupun regulasi perpajakan yang ada, sehingga akan mendorong dan memotivasi kesadaran wajib pajak serta secara langsung dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Penelitian Putri (2018) menunjukkan bahwa sosialisasi pajak dapat memoderasi hubungan antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi yang dilakukan oleh DJP akan memberikan pengetahuan yang baik terhadap masyarakat mengenai segala hal tentang perpajakan, sebaliknya jika DJP jarang melakukan kegiatan sosialisasi terhadap kepada wajib pajak, maka wajib pajak akan cenderung menghindari pajak dikarenakan kurangnya pengetahuan dan kepercayaan yang dimiliki oleh masyarakat.

Hartana & Merkusiwati (2018) membuktikan bahwa sosialisasi pajak dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kantor Bersama SAMSAT Tabanan. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya sosialisasi dapat memberikan

pengetahuan dan membangun keyakinan serta menciptakan kepercayaan wajib pajak, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar tingkat sosialisasi pajak yang dilakukan oleh DJP, maka semakin meningkat juga tingkat kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₅: Sosialisasi Pajak dapat memoderasi pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

3.2.6. Sosialisasi Pajak Memoderasi Pengaruh Moral Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sosialisasi pajak merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam menjalankan kewajibannya. Sari & Saryadi (2019) menyatakan bahwa sosialisasi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Adanya sosialisasi pajak, maka wajib pajak akan lebih memahami mengenai peraturan perpajakan, mendapatkan sebuah informasi yang terbaru, serta mampu mendapatkan pengarahan dari DJP sehingga, wajib pajak dapat termotivasi dan meningkatkan moral untuk lebih patuh dalam melakukan kewajibannya dengan baik dan benar karena kewajiban moral merupakan motivasi internal yang dimiliki oleh wajib pajak.

Penelitian Nasrul (2020) membuktikan bahwa sosialisasi pajak dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Hal tersebut menunjukkan bahwa kewajiban moral yang tinggi yang dimiliki oleh wajib pajak serta dengan adanya sosialisasi yang baik maka akan meningkatkan pengetahuan wajib pajak serta kesadaran wajib pajak, sehingga tingkat kepatuhan wajib pajak juga akan mengalami peningkatan. Sebaliknya jika DJP jarang melakukan kegiatan sosialisasi terhadap kepada wajib pajak, maka wajib pajak akan cenderung menghindari pajak dikarenakan

kurangnya pengetahuan dan kepercayaan yang dimiliki oleh masyarakat. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₆: Sosialisasi pajak dapat memoderasi pengaruh moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

3.2.7. Sosialisasi Pajak Memoderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sosialisasi adalah sebuah kegiatan yang akan memberikan wajib pajak informasi terbaru mengenai perpajakan, keterampilan dan lainnya. Sehingga wajib pajak dapat berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban pajak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sosialisasi perpajakan dapat menjadi motivasi wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya karena dipengaruhi harapan tertentu sehingga akan mendorong individu dalam berperilaku. Kualitas pelayanan bukan hanya dari perlakuan yang diberikan kepada wajib pajak saja namun wajib pajak juga dapat melihat cara menyampaikan maupun memberikan informasi yang relevan kepada wajib pajak sehingga wajib pajak termotivasi dan berkeinginan melaksanakan kewajiban perpajakannya (Prada & Firmansyah, 2020).

Sosialisasi yang baik akan memberikan dampak yang baik kepada wajib pajak. Wajib pajak dapat mengetahui secara keseluruhan mengenai informasi atau pengetahuan mengenai peraturan perpajakan serta dapat memberikan motivasi terhadap wajib pajak untuk taat terhadap pajak dan membuat wajib pajak memiliki kepercayaan dan keyakinan untuk memilih perilaku taat pajak. adanya kualitas pelayanan yang baik dan pemberian sosialisasi perpajakan yang benar dan baik maka diharapkan kepatuhan wajib pajak akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Ayu & Bambang, 2018). Hal ini sejalan dengan penelitian Agung & Ery (2017) yang menunjukkan hasil bahwa sosialisasi perpajakan memoderasi dan

memperkuat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₇: Sosialisasi pajak dapat memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak.

3.2.8. Sosialisasi Pajak Memoderasi Pengaruh Modernisasi Sistem terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Modernisasi sistem merupakan salah satu proses pembaharuan dalam bidang perpajakan dengan menggunakan bantuan teknologi. Adanya teknologi informasi yang berbasis data, serta adanya regulasi mendukung, mampu menambahkan efektivitas dan efisiensi dalam pelaporan pajak serta secara signifikan mampu mengubah perilaku wajib pajak (Kemenkeu, 2021). Sosialisasi mengenai penggunaan sistem administrasi perpajakan secara online bertujuan untuk memberikan pemahaman, pengetahuan sehingga dapat melaksanakan kewajiban pajak dengan baik sesuai dengan perundang-undangan berlaku. Semakin luasnya sosialisasi yang dilakukan DJP mengenai sistem perpajakan yang digunakan maka semakin baik juga pengetahuan wajib pajak mengenai sistem perpajakan yang modern begitu juga sebaliknya, semakin rendah sosialisasi yang dilakukan maka semakin minim juga pengetahuan wajib pajak yang dimiliki mengenai sistem tersebut.

Secanggih apapun sebuah sistem jika DJP tidak melakukan sosialisasi mengenai manfaat dan kemudahan dalam menggunakan sistem tersebut, maka wajib pajak memilih tidak menggunakannya. Begitu sebaliknya jika wajib pajak mendapatkan sosialisasi mengenai penggunaan sistem tersebut dalam memberikan manfaat dan kemudahan maka wajib pajak memilih untuk menggunakan sistem tersebut. Oleh karena itu dengan adanya modernisasi

sistem dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dalam sektor perpajakan akan mempermudah DJP memberikan pelayanan secara maksimal dan mempermudah wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya, serta mempermudah dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat.

Putri (2018) membuktikan bahwa sosialisasi pajak dapat memoderasi dan memperkuat hubungan dalam menggunakan *e-filing* terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini didukung dengan penelitian oleh Ismail *et al.*, (2018), mengemukakan bahwa sosialisasi pajak mampu memoderasi dan memperkuat pengaruh penerapan sistem *e-filing* terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Handayani & Tambun (2016), yaitu sosialisasi dapat memoderasi namun memperlemah hubungan antara penerapan sistem *e-filing* terhadap kepatuhan wajib pajak. berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₈: Sosialisasi pajak dapat memoderasi pengaruh modernisasi sistem terhadap kepatuhan wajib pajak.