

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Pajak

2.1.1. Pengertian Pajak

Menurut Mardiasmo (2016) mendefinisikan pajak sebagai berikut:

“pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat diajukan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum”

Kemudian pengertian pajak menurut Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan menyatakan bahwa:

“pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”

Dari kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan kewajiban setiap individu dan badan usaha untuk menyetorkan sejumlah uang kepada negara, yang diatur oleh undang-undang. Uang yang dipungut tersebut digunakan untuk membiayai berbagai program pemerintahan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.

2.1.2. Fungsi Pajak

Menurut Suandy (2016), fungsi pajak dibagi menjadi dua sebagai berikut:

1. Fungsi finansial (*budgeter*), yaitu memasukkan uang sebanyak-banyaknya ke kas negara untuk membiayai berbagai program dan kegiatan negara.

2. Fungsi mengatur (*regulated*), yaitu pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur berbagai aspek kehidupan atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintahan dalam bidang sosial, ekonomi, dan politik.

2.1.3. Sistem Pemungutan Pajak

Menurut Suandy (2016), terdapat tiga sistem pemungutan pajak yang berlaku di Indonesia, yaitu:

1. *Official Assessment System*, merupakan sistem pemungutan yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak. Jadi, dalam sistem ini utang pajak timbul apabila telah ada ketetapan pajak dari fiskus.
2. *Self Assessment System*, merupakan sistem pemungutan pajak di mana Wajib Pajak dibebankan tanggung jawab untuk menghitung, mempertimbangkan, dan melaporkan sendiri jumlah pajak yang terutang. Fiskus hanya bertugas untuk memberikan bimbingan dan pengawasan untuk memastikan kepatuhan Wajib Pajak.
3. *Withholding System*, merupakan sistem pemungutan pajak di mana pihak ketiga berperan dalam memotong pajak dari penghasilan Wajib Pajak. Pihak ketiga yang dimaksud antara lain pemberi kerja dan bendaharawan pemerintah.

2.1.4. Pajak Daerah

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Cilacap Nomor 1 Tahun 2024

Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, definisi pajak daerah 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.”

Dari definisi di atas, menunjukkan bahwa pajak daerah merupakan kewajiban yang dikenakan kepada individu maupun badan oleh pemerintah daerah sebagai sumber pendanaan dalam rangka mendukung pembangunan serta penyediaan layanan publik di wilayah administratifnya. Pajak bersifat wajib dan memiliki dasar hukum yang mengikat, tanpa memberikan keuntungan atau imbalan langsung kepada pihak yang membayar.

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Cilacap Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, jenis pajak daerah yang dipungut oleh Pemerintah Kabupaten Cilacap terdiri atas:

1. PBB-P2;
2. BPHTB;
3. PBJT terdiri atas:
 - a. makanan dan/atau minuman;
 - b. tenaga listrik;
 - c. jasa perhotelan;
 - d. jasa parkir; dan
 - e. jasa kesenian dan hiburan.
4. Pajak Reklame;
5. PAT;
6. Pajak MBLB;
7. Pajak Sarang Burung Walet;
8. Opsen PKB; dan

9. Opsen BBNKB.

2.2. Pajak Barang dan Jasa Tertentu (PBJT)

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Cilacap Nomor 1 Tahun 2024 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, dijelaskan bahwa Pajak Barang dan Jasa Tertentu (PBJT) merupakan pungutan yang dikenakan kepada konsumen akhir atas kegiatan konsumsi terhadap barang dan/atau jasa tertentu. Barang dan Jasa Tertentu adalah barang dan jasa tertentu yang dijual dan/atau diserahkan kepada konsumen akhir.

Objek Pajak Barang dan Jasa Tertentu (PBJT) merupakan penjualan, penyerahan, dan/atau konsumsi barang dan jasa tertentu meliputi:

1. Makanan dan/atau Minuman;
2. Tenaga Listrik;
3. Jasa Perhotelan;
4. Jasa Parkir; dan
5. Jasa Kesenian dan Hiburan.

Subjek PBJT, yaitu konsumen Barang dan Jasa Tertentu. Wajib Pajak PBJT, yaitu orang pribadi atau Badan yang melakukan penjualan, penyerahan, dan/atau konsumsi barang dan jasa tertentu.

2.2.1. Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Cilacap Nomor 1 Tahun 2022 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, penjualan dan/atau penyerahan makanan dan/atau minuman meliputi Makanan dan/atau Minuman yang disediakan oleh:

1. Restoran yang paling sedikit menyediakan layanan penyajian Makanan dan/atau Minuman berupa meja, kursi, dan/atau peralatan makan dan minum.
2. Penyedia jasa boga atau catering yang melakukan:
 - a. Proses penyediaan bahan baku dan setengah jadi, pembuatan, penyimpanan, serta penyajian berdasarkan pesanan.
 - b. Penyajian di lokasi yang diinginkan oleh pemesan dan berbeda dengan lokasi di mana proses pembuatan dan penyimpanan dilakukan, dan
 - c. Penyajian dilakukan dengan dan atau tanpa peralatan dan petugasnya.

2.2.2. Dasar Pengenaan, Tarif, dan Tata Cara Perhitungan Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman

Dasar pengenaan PBJT atas Makanan dan/atau Minuman yakni jumlah pembayaran yang diterima oleh penyedia Makanan dan/atau Minuman untuk PBJT atas Makanan dan/atau Minuman. Pembayaran dilakukan menggunakan voucher atau bentuk lain yang sejenis memuat nilai rupiah atau mata uang lain, dasar pengenaan PBJT ditetapkan sebesar nilai rupiah atau mata uang lainnya tersebut.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Cilacap Nomor 1 Tahun 2022 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, tarif PBJT atas Makanan dan/atau Minuman ditetapkan sebesar 10% (sepuluh persen). Besaran pokok PBJT yang terutang dihitung dengan cara mengalikan dasar pengenaan PBJT yakni jumlah yang dibayarkan oleh konsumen barang dan/atau jasa tertentu dengan tarif PBJT sebesar 10% (sepuluh persen).

2.3. Kepatuhan Wajib Pajak

2.3.1. Definisi Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Rahayu (2017), kepatuhan wajib pajak merupakan cerminan ketaatan wajib pajak dalam menjalankan ketentuan perpajakan yang berlaku. Wajib pajak yang patuh adalah mereka yang dengan penuh kesadaran dan kedisiplinan memenuhi segala kewajibannya, sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Terdapat dua jenis kepatuhan Wajib Pajak (Rahayu, 2010), yaitu:

1. Kepatuhan formal adalah suatu kondisi di mana Wajib Pajak telah memenuhi semua persyaratan perpajakan yang diatur secara formal dalam undang-undang perpajakan.
2. Kepatuhan material adalah suatu kondisi di mana Wajib Pajak telah memenuhi persyaratan perpajakan secara substansial atau hakikatnya oleh Wajib Pajak.

2.3.2. Indikator Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Rahayu (2010), terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk pengukuran kepatuhan Wajib Pajak, yaitu:

1. Kepatuhan wajib pajak dalam mendaftarkan diri

Indikator ini mengacu pada kesediaan wajib pajak untuk secara sukarela mendaftarkan diri kepada otoritas pajak guna memperoleh Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah (NPWPD). Tindakan ini merupakan langkah awal dan bentuk kepatuhan administratif yang penting dalam sistem perpajakan.

2. Kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan Surat Pemberitahuan Pajak (SPT)

Kepatuhan ini terlihat dari ketepatan waktu dan kelengkapan dalam melaporkan SPT. Pelaporan SPT merupakan bentuk tanggung jawab wajib pajak dalam melaporkan data pajak yang relevan kepada pihak berwenang.

3. Kepatuhan wajib pajak dalam perhitungan dan pembayaran pajak terutang

Indikator ini mengacu pada sejauh mana wajib pajak memiliki ketepatan dalam menghitung jumlah pajak yang harus dibayarkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Selain itu, indikator ini juga mencerminkan kesadaran dan tanggung jawab wajib pajak dalam melakukan pembayaran pajak secara tepat waktu.

4. Kepatuhan wajib pajak dalam membayarkan tunggakan

Indikator ini menunjukkan kesediaan wajib pajak untuk melunasi kewajiban pajak yang belum dibayarkan, termasuk yang telah jatuh tempo atau dikenai sanksi. Pelunasan tunggakan mencerminkan komitmen wajib pajak dalam menyelesaikan kewajiban perpajakannya secara penuh.

Variabel kepatuhan wajib pajak dalam penelitian ini sebagai variabel dependen yang akan diukur menggunakan indikator yang Rahayu (2010), dan dari kuesioner Azizah (2023) yang akan dimodifikasi dan dikembangkan oleh peneliti.

2.4. Pengetahuan Perpajakan

2.4.1. Definisi Pengetahuan Perpajakan

Menurut Mardiasmo (2016), pengetahuan perpajakan adalah segala sesuatu yang diketahui dan dipahami sehubungan dengan hukum pajak, baik berupa hukum pajak material maupun formal. Sedangkan menurut Rahayu (2017), pengetahuan perpajakan adalah:

“pengetahuan untuk melaksanakan administrasi perpajakan, seperti menghitung pajak terutang atau mengisi surat pemberitahuan, melaporkan surat pemberitahuan, memahami ketentuan penagihan pajak dan hal lain terkait kewajiban perpajakan”

Dari dua pengertian tersebut, pengetahuan perpajakan dapat diartikan sebagai pemahaman dasar wajib pajak untuk melaksanakan administrasi pajak, menghitung pajak terutang serta mengisi dan melapor surat pemberitahuan dalam hal lainnya yang terkait dengan kewajiban perpajakan. Memahami peraturan perpajakan, baik melalui pendidikan formal maupun nonformal, dapat mendorong kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Pengetahuan tentang peraturan dan sistem perpajakan yang baru memberikan wawasan yang lebih luas kepada wajib pajak tentang pentingnya membayar pajak.

2.4.2. Indikator Pengetahuan Perpajakan

Menurut Rahayu (2010), terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk pengukuran Pengetahuan Perpajakan, yaitu:

1. Pengetahuan mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan

Indikator ini mencerminkan sejauh mana individu memahami aturan-aturan dasar dalam perpajakan, seperti hak dan kewajiban sebagai wajib pajak, prosedur pelaporan pajak, tenggat waktu pengisian dan

penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT), serta konsekuensi atau sanksi jika terjadi pelanggaran. Pengetahuan ini penting untuk memastikan wajib pajak dapat menjalankan proses administratif perpajakan dengan benar dan sesuai ketentuan.

2. Pengetahuan mengenai sistem perpajakan Indonesia

Indikator ini mencerminkan sejauh mana individu memahami cara kerja dan struktur sistem perpajakan yang berlaku di Indonesia. Pengetahuan ini mencakup pemahaman tentang jenis-jenis pajak, siapa yang menjadi subjek dan objek pajak, serta bagaimana proses pengenaan dan pemungutan pajak dilakukan oleh pemerintah. Dengan pemahaman yang baik terhadap sistem perpajakan secara umum, wajib pajak dapat lebih mudah melaksanakan kewajibannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

3. Pengetahuan mengenai fungsi perpajakan

Indikator ini menunjukkan sejauh mana seseorang mengetahui peran penting pajak dalam kehidupan bernegara. Pajak tidak hanya dipandang sebagai kewajiban yang harus dibayarkan, tetapi juga sebagai sumber utama pendanaan bagi kegiatan pemerintahan, seperti pembangunan infrastruktur, penyediaan layanan publik, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan memahami bahwa pajak memberikan manfaat bagi kepentingan bersama, diharapkan masyarakat memiliki kesadaran yang lebih besar untuk memenuhi kewajiban perpajakannya secara sukarela.

Variabel pengetahuan perpajakan dalam penelitian ini sebagai variabel dependen yang akan diukur menggunakan indikator yang diambil dari Rahayu (2010), dan kuesioner dari Azizah (2023) yang kemudian akan dimodifikasi dan dikembangkan oleh peneliti.

2.5. Relasi Sosial

2.5.1. Definisi Relasi Sosial

Relasi sosial merupakan salah satu elemen kunci dalam kehidupan bermasyarakat yang terbentuk dari interaksi antar individu maupun kelompok. Hubungan ini bukan sekedar pertemuan fisik, tetapi juga merupakan jalinan yang berkembang secara sistematis dan berlangsung dalam jangka waktu tertentu. Dalam hubungan tersebut, tercipta saling pengaruh yang mampu membentuk pola-pola sosial yang khas di lingkungan masyarakat tertentu.

Michener dan Delamater (1999), mengemukakan bahwa relasi sosial merupakan hasil dari serangkaian tindakan sistematis antara dua orang atau lebih. Tindakan ini bukan bersifat insidental, melainkan mencerminkan keteraturan dalam cara individu bertindak dan berinteraksi dalam proses sosial. Sedangkan menurut Spradley dan McCurdy (2007), menjelaskan bahwa interaksi sosial yang berlangsung dalam kurun waktu lama akan membentuk pola relasi yang dapat dikategorikan menjadi dua tipe. Pertama relasi sosial asosiatif, yang mencakup bentuk-bentuk interaksi yang bersifat menyatukan seperti kerja sama, akomodasi, asimilasi, dan akulturasi. Relasi ini umumnya menciptakan keharmonisan dalam masyarakat. Kedua, relasi sosial disosiatif, yang lebih menekankan pada aspek pertentangan, konflik, atau perbedaan kepentingan. Kedua bentuk relasi sosial

tersebut membentuk dinamika sosial yang berpengaruh terhadap perilaku individu dalam masyarakat.

Dari pengertian di atas menunjukkan bahwa relasi sosial merupakan jalinan hubungan antar individu atau kelompok yang berkembang melalui interaksi sosial yang konsisten. Relasi sosial yang kuat akan membentuk jaringan sosial yang berperan penting dalam membentuk norma sosial, mempengaruhi sikap, dan mengarahkan perilaku individu, termasuk dalam hal kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan.

2.5.2. Indikator Relasi Sosial

Menurut Sudaryanto (2010), relasi sosial dalam konteks kepatuhan wajib pajak dapat diukur melalui tiga faktor, yaitu:

1. Hubungan timbal balik antar wajib pajak daerah

Relasi sosial tercipta ketika terjadi komunikasi dan keterlibatan langsung antar individu dan kelompok yang bersifat dua arah. Hubungan ini mencerminkan keterlibatan aktif antara pihak-pihak yang terlibat, baik dalam bentuk kerja sama maupun diskusi, sehingga memungkinkan terbentuknya pemahaman dan ikatan sosial yang lebih.

2. Pertukaran Informasi antar wajib pajak daerah

Pertukaran informasi mengacu pada proses saling berbagi pengetahuan, pengalaman, atau pandangan mengenai aspek-aspek perpajakan. Informasi ini dapat berupa prosedur pembayaran, perubahan regulasi, maupun pengalaman pribadi dalam berinteraksi dengan otoritas pajak.

Melalui pertukaran ini, wawasan dan pemahaman antar wajib pajak dapat meningkat.

3. Hubungan yang saling mempengaruhi antar wajib pajak daerah

Dalam jaringan sosial, pengaruh timbal balik terjadi secara alami. Perilaku, sikap, dan keputusan yang diambil oleh satu individu dapat mempengaruhi orang lain dalam kelompok sosial yang sama. Dalam konteks ini, jika terdapat wajib pajak yang menjadi panutan dan menunjukkan kepatuhan tinggi, maka kemungkinan besar hal tersebut akan menjadi contoh positif bagi wajib pajak lain.

Variabel relasi sosial dalam penelitian ini sebagai variabel dependen yang akan diukur menggunakan indikator yang diambil dari Sudaryanto (2010), dan kuesioner dari Wongso (2025) yang kemudian akan dimodifikasi dan dikembangkan oleh peneliti.

2.6. Sosialisasi Pajak

2.6.1. Definisi Sosialisasi Pajak

Sosialisasi pajak merupakan bagian penting dari upaya pemerintah dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Menurut Mardiasmo (2016), sosialisasi pajak merupakan suatu bentuk usaha yang dilakukan oleh pihak berwenang di bidang perpajakan untuk menumbuhkan kesadaran serta meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai hak-hak yang dimiliki dan kewajiban yang harus dipenuhi dalam hal perpajakan. Dalam hal ini sosialisasi bukan hanya berperan sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana pembinaan kesadaran dan edukasi kepada masyarakat. Sedangkan menurut Resmi (2014),

sosialisasi pajak adalah suatu proses penyampaian informasi dari pemerintah kepada masyarakat, khususnya wajib pajak, dengan tujuan agar mereka memiliki pemahaman yang cukup serta mampu menjalankan kewajiban perpajakannya secara tepat dan sesuai peraturan yang berlaku.

Dari dua pengertian tersebut dapat diartikan bahwa sosialisasi pajak merupakan proses komunikasi dan edukasi yang dilakukan oleh pemerintah atau otoritas pajak kepada masyarakat, terkhusus kepada wajib pajak dengan tujuan untuk menumbuhkan kesadaran, meningkatkan pemahaman, serta membentuk kemampuan dalam melaksanakan kewajiban perpajakan secara benar dan sesuai ketentuan. Dengan sosialisasi yang tepat dan berkelanjutan, diharapkan tercipta kepatuhan pajak yang tidak hanya didorong oleh sanksi, tetapi juga oleh kesadaran dan pemahaman yang baik dari masyarakat itu sendiri.

2.6.2. Indikator Sosialisasi Pajak

Menurut Widodo, dkk. (2010), terdapat beberapa faktor yang digunakan untuk mengukur sosialisasi pajak sebagai berikut:

1. Penyuluhan

Efektivitas penyuluhan dapat dilihat dari cara penyampaian materi yang digunakan, kelengkapan fasilitas dan tempat yang menunjang kegiatan, seberapa jelas dan relevan isi materi yang diberikan kepada wajib pajak.

2. Cara sosialisasi

Sosialisasi bisa bersifat langsung, seperti melalui seminar atau pertemuan tatap muka yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antar petugas dan peserta. Bisa juga dilakukan secara langsung, misalnya

melalui iklan atau media lain yang dapat menjangkau masyarakat luas meskipun tanpa kontak langsung.

3. Media informasi yang digunakan

Sumber informasi dapat berasal dari media cetak seperti brosur, surat kabar, atau majalah, dan juga dari media elektronik seperti televisi, radio, serta internet. Keberadaan berbagai media ini memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi pajak secara luas dan mudah diakses.

Variabel sosialisasi pajak dalam penelitian ini sebagai variabel dependen yang akan diukur menggunakan indikator dari Widodo dkk. (2010), dan dari kuesioner Wongso (2025) yang akan dimodifikasi dan dikembangkan oleh peneliti.

2.7. Persepsi atas Sanksi Pajak

2.7.1. Definisi Persepsi atas Sanksi Pajak

Menurut Suranto (2010), persepsi merupakan suatu proses internal yang terjadi pada individu dalam memilih dorongan yang berasal dari lingkungan eksternal. Dorongan tersebut diterima melalui pancaindra, kemudian secara otomatis diproses oleh pikiran dan perasaan sehingga menghasilkan makna tertentu. Dengan kata lain, persepsi dapat dipahami sebagai cara individu dalam menafsirkan serta memahami interaksi atau hubungan dengan lingkungan di sekitarnya.

Menurut Mardiasmo (2016), sanksi pajak merupakan instrumen hukum yang bertujuan untuk menegakkan kepatuhan terhadap ketentuan peraturan perpajakan. Sanksi tidak hanya menjadi bentuk penegasan atas norma yang

berlaku, tetapi juga berfungsi sebagai pencegah agar wajib pajak tidak melakukan pelanggaran. Persepsi atas sanksi pajak menggambarkan bagaimana wajib pajak menilai bahwa keberadaan sanksi berperan sebagai mekanisme untuk menjamin kepatuhan terhadap ketentuan perpajakan. Sanksi tersebut pada dasarnya dapat dihindari apabila kewajiban perpajakan dipenuhi sesuai aturan yang berlaku. Dengan demikian, persepsi sanksi mencerminkan pemahaman mereka mengenai konsekuensi atau hukuman yang dikenakan kepada pihak yang melanggar ketentuan perpajakan.

2.7.2. Jenis Sanksi Pajak

Dalam ketentuan perpajakan, terdapat dua jenis sanksi yang berlaku, yaitu sanksi administrasi dan sanksi pidana. Menurut Mardiasmo (2016), sanksi administrasi dikenakan dalam bentuk pembayaran kerugian kepada negara, misalnya melalui bunga atau tambahan denda. Sementara itu, sanksi pidana merupakan bentuk hukuman yang menimbulkan penderitaan bagi pelanggar. Penerapan sanksi pidana berfungsi sebagai upaya terakhir atau benteng hukum bagi otoritas pajak untuk memastikan kepatuhan terhadap aturan perpajakan.

2.7.3. Indikator Persepsi atas Sanksi Pajak

Menurut Mardiasmo (2016), terdapat beberapa faktor untuk mengukur persepsi atas sanksi pajak sebagai berikut:

1. Keterlambatan melaporkan dan membayarkan pajak harus dikenai sanksi
Sanksi diperlukan sebagai bentuk konsekuensi bagi wajib pajak yang tidak memenuhi kewajiban tepat waktu, baik dalam pelaporan maupun

pembayaran pajak. Tujuannya adalah untuk menumbuhkan disiplin dalam menjalankan kewajiban perpajakan.

2. Sanksi digunakan untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak

Pengenaan sanksi tidak hanya bersifat menghukum, tetapi juga mendorong perilaku patuh. Dengan adanya sanksi, wajib pajak diharapkan lebih berhati-hati dan sadar akan pentingnya memenuhi kewajiban pajaknya secara benar.

3. Sanksi pajak harus dikenakan kepada pelanggarnya tanpa toleransi

Penegakan sanksi harus dilakukan secara adil dan konsisten tanpa pilih kasih. Ketegasan ini bertujuan untuk menjaga kredibilitas hukum pajak dan memberikan perlakuan yang sama kepada seluruh wajib pajak.

4. Pengenaan sanksi yang cukup berat merupakan salah satu sarana untuk mendidik wajib pajak

Sanksi yang tegas dan proporsional dapat memberikan efek jera, sekaligus menjadi alat edukasi agar wajib pajak memahami pentingnya kepatuhan dan tidak mengulangi pelanggaran.

Variabel persepsi atas sanksi pajak dalam penelitian ini sebagai variabel dependen yang akan diukur menggunakan indikator dari Mardiasmo (2016), dan dari kuesioner Prayoga (2021) yang akan dimodifikasi dan dikembangkan oleh peneliti.

2.8. Kerangka Konseptual

2.8.1. Teori Atribusi

Teori atribusi menurut Robbins dan Jude (2017) menjelaskan bahwa ketika seseorang mengamati perilaku individu lain, maka mereka akan berusaha mencari tahu apakah perilaku tersebut dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri, atau faktor dari luar. Jika perilaku dianggap muncul karena adanya situasi atau kondisi tertentu di luar individu, maka penyebabnya dipandang sebagai faktor eksternal. Sebaliknya, jika perilaku diyakini muncul dari sikap, karakter, atau sifat individu itu sendiri, maka penyebabnya dikategorikan sebagai faktor internal.

Menurut Robbins dan Judge (2017), penentuan faktor internal atau eksternal dapat dilihat melalui tiga aspek utama, yaitu:

1. Kekhususan

Kekhususan berkaitan dengan bagaimana seseorang berperilaku dalam berbagai situasi. Jika perilaku dianggap tidak biasa dalam suatu situasi tertentu, maka lebih mungkin disebabkan oleh faktor eksternal. Namun, jika perilaku tersebut muncul secara konsisten di berbagai keadaan, maka hal itu lebih cenderung dianggap berasal dari faktor internal.

2. Konsensus

Konsensus terjadi ketika orang lain memberikan respons yang sama terhadap suatu kondisi tertentu. Apabila konsensus tinggi, maka perilaku tersebut lebih mudah dikaitkan dengan faktor eksternal. Sebaliknya, jika konsensus rendah, perilaku tersebut cenderung dipengaruhi faktor internal.

3. Konsistensi

Konsistensi merujuk pada kestabilan perilaku seseorang dari waktu ke waktu. Jika perilaku berlangsung secara konsisten, maka lebih sering dikaitkan dengan faktor internal, sedangkan perilaku yang tidak konsisten biasanya dipengaruhi faktor eksternal.

Teori ini sesuai untuk upaya memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku individu, termasuk perilaku kepatuhan pajak. Faktor internal seperti pengetahuan perpajakan, dan persepsi atas sanksi pajak, serta faktor eksternal seperti relasi sosial, dan sosialisasi pajak berperan penting dalam membentuk sikap dan keputusan wajib pajak. Dengan adanya faktor-faktor tersebut, wajib pajak diharapkan dapat menjalankan kewajiban perpajakannya secara lebih patuh. Hal ini pada akhirnya akan berkontribusi pada meningkatnya jumlah wajib pajak yang tertib dalam membayar serta melaporkan pajaknya.

2.8.2. Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman

Menurut Mardiasmo (2016), pengetahuan perpajakan adalah segala sesuatu yang diketahui dan dipahami sehubungan dengan hukum pajak, baik berupa hukum pajak materil maupun formil. Meskipun peraturan perpajakan sudah diatur dengan baik, pelaksanaannya sering kali kurang efektif karena minimnya pengetahuan wajib pajak. Wajib pajak yang memahami peraturan perpajakan dengan baik cenderung lebih mematuhi kewajibannya dibandingkan dengan wajib pajak yang kurang memahami peraturan perpajakan. Pengetahuan tentang

peraturan perpajakan dan sistem perpajakan yang baru akan memberikan wawasan yang lebih luas kepada wajib pajak tentang pentingnya membayar pajak.

Hubungan pengetahuan perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak dapat dipandang sebagai faktor internal yang memengaruhi sikap serta keputusan wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Semakin luas pengetahuan yang dimiliki, semakin besar kemungkinan wajib pajak memandang kepatuhan sebagai bentuk tanggung jawab pribadi, sehingga mendorong perilaku patuh. Sebaliknya, kurangnya pengetahuan dapat menimbulkan pemahaman yang salah mengenai kewajiban perpajakan, sehingga meningkatkan risiko terjadinya ketidakpatuhan. Dengan demikian, semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki wajib pajak maka semakin besar pula kecenderungan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya dengan baik.

2.8.3. Relasi Sosial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman

Relasi sosial merupakan elemen penting dalam kehidupan masyarakat yang terbentuk melalui interaksi antar individu dan kelompok secara berkelanjutan. Hubungan ini tidak hanya mencerminkan kedekatan sosial, tetapi juga menciptakan pengaruh timbal balik yang dapat membentuk pola sikap dan perilaku dalam komunitas. Michener dan Delamater (1999) menyebutkan bahwa hubungan sosial muncul dari tindakan yang sistematis antar individu, sementara Spradley dan MCCurdy (2007) menjelaskan bahwa relasi sosial dapat terbentuk dalam pola asosiatif yang menciptakan keharmonisan maupun pola disosiatif yang mengarah pada konflik.

Relasi sosial berhubungan dengan kepatuhan wajib pajak karena interaksi sosial yang erat membentuk jaringan sosial yang berfungsi sebagai pembentuk utama norma, sikap, dan perilaku individu, termasuk dalam mendorong atau menentukan tingkat kepatuhan seseorang terhadap kewajiban membayar pajak. Apabila relasi sosial menunjukkan contoh yang baik dalam memenuhi kewajiban pajak, maka wajib pajak cenderung terdorong untuk bersikap patuh. Sebaliknya, jika relasi sosial di sekitar wajib pajak menunjukkan sikap mengabaikan pajak, hal tersebut dapat melemahkan motivasi wajib pajak untuk patuh.

2.8.4. Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman

Sosialisasi pajak merupakan langkah strategis pemerintah dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak, termasuk di sektor makanan dan minuman. Banyak pengusaha di sektor ini belum memahami kewajiban perpajakan secara menyeluruh akibat kompleksitas aturan dan keterbatasan informasi. Oleh karena itu, sosialisasi tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi. Menurut Mardiasmo (2016), sosialisasi pajak adalah upaya untuk menumbuhkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai hak dan kewajiban perpajakan. Sedangkan menurut Resmi (2014), sosialisasi pajak dilakukan agar wajib pajak memiliki pengetahuan yang cukup dalam menjalankan kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Hubungan antara sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak terletak pada peran sosialisasi sebagai sarana penyampaian informasi yang jelas, akurat, dan mudah dipahami. Sosialisasi dapat meningkatkan pemahaman wajib pajak

mengenai aturan, tata cara pelaporan, serta konsekuensi dari ketidakpatuhan. Pemahaman dari sosialisasi akan membentuk kesadaran wajib pajak, sehingga mendorong kepatuhan dalam membayar dan melaporkan pajak dengan benar. Sebaliknya, apabila sosialisasi tidak berjalan optimal, wajib pajak dapat merasa bingung atau tidak mengetahui kewajibannya, yang pada akhirnya berpotensi menimbulkan ketidakpatuhan.

2.8.5. Persepsi atas Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman

Sanksi pajak merupakan alat untuk menegakkan kepatuhan terhadap peraturan perpajakan, berfungsi sebagai pencegah pelanggaran. Menurut Mardiasmo (2010), besaran sanksi meningkat seiring dengan tingkat pelanggaran. Sanksi pajak berhubungan dengan kepatuhan wajib pajak karena memberikan efek jera bagi yang tidak patuh dan mendorong mereka untuk mematuhi peraturan perpajakan.

Hubungan antara persepsi atas sanksi pajak dengan kepatuhan wajib pajak muncul dari cara wajib pajak menilai potensi konsekuensi atau hukuman yang diterapkan ketika kewajiban perpajakan tidak dipenuhi. Persepsi bahwa sanksi akan benar-benar dikenakan kepada pihak yang tidak patuh dapat menjadi faktor pendorong bagi wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya secara disiplin, baik dalam hal pelaporan maupun pembayaran pajak.

2.9. Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait pengetahuan perpajakan, relasi sosial, sosialisasi pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak barang dan jasa atas makanan dan

minuman telah banyak dilakukan di Indonesia. Penelitian ini didasari oleh kajian mendalam terhadap penelitian terdahulu yang relevan untuk membangun kerangka berpikir, memberikan acuan, dan pembandingan serta menjelaskan perbedaan dengan penelitian sebelumnya, serta memperkaya pemahaman tentang topik pengaruh pengetahuan perpajakan, relasi sosial, sosialisasi pajak, dan persepsi atas sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak barang dan jasa atas makanan dan minuman.

Penelitian pertama dilakukan oleh Putrinur'aini dan Pravitasari (2022), hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan pajak, pemeriksaan pajak, dan sanksi pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. Penelitian kedua dilakukan oleh Manafe dkk. (2020), hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman peraturan, omzet berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. Kemudian pemeriksaan, sanksi, dan persaingan usaha berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak restoran, dan relasi sosial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak restoran.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Handayanto dkk. (2024), hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa relasi sosial, peran usaha, sanksi, dan sistem *online* berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. Penelitian keempat dilakukan oleh Dayanti dkk. (2023), hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan, sanksi pajak, dan kualitas pelayanan fiskus berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran.

Penelitian kelima dilakukan oleh Sarah dkk. (2024), hasil dari penelitian ini menunjukkan *self assessment system*, dan sanksi perpajakan berpengaruh signifikan

positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran, sedangkan sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. Penelitian keenam dilakukan oleh Triani dkk. (2024), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modernisasi administrasi dan sanksi perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. Penelitian ketujuh dilakukan oleh Anggraini dan Khairunnisa (2022), hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keadilan, sosialisasi, dan sanksi pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran.

Tabel 2. 1.
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti (Tahun)	Variabel	Subjek	Hasil
Putrinur'aini dan Pravitasari (2022)	Variabel Dependen (Y): Kepatuhan Wajib Pajak Restoran Variabel Independen (X): 1. Pengetahuan Pajak 2. Pemeriksaan Pajak 3. Sanksi Pajak	Wajib Pajak Restoran di Kabupaten Tulungagung	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Pengetahuan perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. 2. Pemeriksaan pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. 3. Sanksi pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran.

Nama Peneliti (Tahun)	Variabel	Subjek	Hasil
Manafeddin dkk. (2020)	Variabel Dependen (Y): Kepatuhan Wajib Pajak Restoran Variabel Independen (X): 1. Pemahaman Peraturan 2. Omzet 3. Pemeriksaan 4. Sanksi 5. Relasi Sosial 6. Persaingan Usaha	Wajib Pajak Restoran di Kota Jayapura	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Pemahaman peraturan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. 2. Omzet berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. 3. Pemeriksaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. 4. Sanksi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. 5. Relasi sosial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. 6. Persaingan usaha berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak restoran.
Handayanto dkk. (2024)	Variabel Dependen (Y): Kepatuhan Wajib Pajak Restoran Variabel Independen (X):	Wajib Pajak Restoran di Kota Malang	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Relasi sosial berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan

Nama Peneliti (Tahun)	Variabel	Subjek	Hasil
	1. Relasi Sosial 2. Peran Usaha 3. Sanksi 4. Sistem <i>Online</i>		wajib pajak restoran. 2. Peran usaha berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. 3. Sanksi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. 4. Sistem <i>online</i> berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran.
Dayanti dkk. (2023)	Variabel Dependen (Y): Kepatuhan Wajib Pajak Restoran Variabel Independen (X): 1. Sosialisasi Perpajakan 2. Sanksi Pajak 3. Kualitas Pelayanan Fiskus	Dinas Pendapatan Daerah Kota Palembang	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Sosialisasi pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak badan usaha restoran. 2. Sanksi pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak badan usaha restoran. 3. Kualitas pelayanan fiskus berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak badan usaha restoran.
Sarah dkk. (2024)	Variabel Dependen (Y): Kepatuhan Wajib Pajak Restoran	Wajib Pajak Restoran di Kabupaten Bogor	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. <i>Self assessment system</i> berpengaruh signifikan positif

Nama Peneliti (Tahun)	Variabel	Subjek	Hasil
	Variabel Independen (X): 1. <i>Self Assessment System</i> 2. Sosialisasi Perpajakan 3. Sanksi Perpajakan		terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. 2. Sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. 3. Sanksi perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran.
Triani dkk. (2024)	Variabel Dependen (Y): Kepatuhan Wajib Pajak Restoran Variabel Independen (X): 1. Modernisasi Administrasi 2. Sanksi Perpajakan	Wajib Pajak Restoran di Kota Padang	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Modernisasi administrasi berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. 2. Sanksi perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran.
Anggraini dan Khairunnisa (2022)	Variabel Dependen (Y): Kepatuhan Wajib Pajak Restoran Variabel Independen (X): 1. Keadilan 2. Sosialisasi 3. Sanksi Pajak	Wajib Pajak Restoran di Kota Palembang	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Keadilan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. 2. Sosialisasi berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan

Nama Peneliti (Tahun)	Variabel	Subjek	Hasil
			wajib pajak restoran. 3. Sanksi pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran.

Sumber: Penelitian terdahulu

2.10. Pengembangan Hipotesis

2.10.1. Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib

Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman

Menurut Mardiasmo (2016), pengetahuan perpajakan adalah segala sesuatu yang diketahui dan dipahami sehubungan dengan hukum pajak, baik berupa hukum pajak materil maupun formil. Meskipun peraturan perpajakan telah ditetapkan pelaksanaannya masih kurang efektif karena minimnya pengetahuan wajib pajak tentang peraturan tersebut.

Kurangnya pengetahuan perpajakan dapat menyebabkan rendahnya kepatuhan wajib pajak barang dan jasa atas makanan dan minuman. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya sosialisasi dari pemerintah. Wajib pajak yang memiliki pengetahuan tentang pentingnya membayar pajak akan lebih cenderung patuh. Semakin tinggi pengetahuan wajib pajak terhadap peraturan perpajakan, semakin paham pula wajib pajak terhadap manfaat kepatuhan dan semakin besar kemungkinan mereka untuk patuh.

Penelitian terdahulu yang mendukung, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Putrinur'aini dan Pravitasari (2022), yang menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak barang dan jasa atas makanan dan/atau minuman. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

HA1: Pengetahuan Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib pajak Barang dan Jasa atas Makanan dan/atau Minuman.

2.10.2. Pengaruh Relasi Sosial Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman

Relasi sosial merupakan bentuk interaksi yang terjalin secara teratur antara individu maupun kelompok dalam kehidupan bermasyarakat. Menurut Michener dan Delamater (1999), hubungan ini terbentuk dari pola tindakan yang sistematis, bukan pertemuan yang bersifat kebetulan. Sementara itu, menurut Spradley dan McCurdy (2007) membedakan relasi sosial menjadi dua bentuk yaitu, relasi asosiatif yang menciptakan kerja sama dan keharmonisan, serta relasi disosiatif yang memunculkan konflik atau perbedaan kepentingan. Kedua jenis relasi ini membentuk dinamika sosial yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat.

Dalam konteks kepatuhan wajib pajak, relasi sosial berperan penting karena memungkinkan terjadinya pengaruh antar individu dalam lingkungan sosialnya. Ketika seseorang berada di antara sesama pelaku usaha makanan dan minuman cenderung patuh terhadap kewajiban perpajakan, hal ini akan mendorongnya untuk bersikap serupa. Sebaliknya, jika lingkungan sekitarnya

tidak menunjukkan kepatuhan, maka kecenderungan untuk ikut tidak patuh juga bisa meningkat.

Penelitian terdahulu yang mendukung, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Handayanto dkk. (2024), yang menyatakan bahwa relasi sosial berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak barang dan jasa atas makanan dan/atau minuman. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

HA2: Relasi Sosial berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib pajak Barang dan Jasa atas Makanan dan/atau Minuman.

2.10.3. Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman

Sosialisasi pajak merupakan salah satu strategi pemerintah dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat terhadap kewajiban perpajakan. Mardiasmo (2016) menyatakan bahwa sosialisasi merupakan kegiatan yang tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk sikap patuh melalui edukasi yang tepat. Resmi (2014) juga menegaskan bahwa sosialisasi merupakan proses penyampaian informasi dari otoritas kepada masyarakat agar mereka memahami ketentuan yang berlaku.

Dalam praktiknya, pelaku usaha disektor makanan dan minuman masih banyak yang belum memahami secara utuh ketentuan Pajak Barang dan Jasa Tertentu (PBJT). Oleh karena itu, keberadaan sosialisasi pajak yang dilakukan secara intensif dan menyeluruh sangat diperlukan. Sosialisasi yang baik akan meningkatkan pengetahuan wajib pajak terhadap mekanisme pelaporan,

perhitungan, dan pembayaran pajak. Dengan meningkatnya pemahaman tersebut, pelaku usaha akan termotivasi untuk taat membayar pajak bukan karena takut sanksi, tetapi karena kesadaran akan tanggung jawab sebagai warga negara.

Penelitian terdahulu yang mendukung, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Dayanti dkk. (2023), Anggraini dan Khairunnisa (2022), yang menyatakan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak barang dan jasa atas makanan dan/atau minuman. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

HA3: Sosialisasi Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib pajak Barang dan Jasa atas Makanan dan/atau Minuman.

2.10.4. Pengaruh Persepsi atas Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman

Menurut Mardiasmo (2016), sanksi pajak merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan akan ditaati. Dengan kata lain sanksi perpajakan merupakan alat pencegah agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan. Besaran sanksi yang dikenakan kepada wajib pajak akan meningkat seiring dengan tingkat pelanggaran yang dilakukan.

Penegakan hukum perpajakan bertujuan untuk memastikan sistem perpajakan berjalan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, sehingga persepsi wajib pajak terhadap sanksi yang diterapkan menjadi sangat penting. Salah satu cara untuk menegakkannya adalah melalui penerapan sanksi kepada wajib pajak yang tidak patuh agar wajib pajak patuh dalam memenuhi kewajibannya.

Penerapan sanksi yang tegas dapat merugikan wajib pajak dan mendorong mereka untuk lebih patuh.

Penelitian terdahulu yang mendukung, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Putrinur'aini dan Pravitasari(2022), Handayanto dkk. (2024), Dayanti dkk. (2023), Sarah dkk. (2024), Triani dkk. (2024), Anggraini dan Khairunnisa (2022), yang menyatakan bahwa sanksi pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak barang dan jasa atas makanan dan/atau minuman. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

HA4: Persepsi atas Sanksi Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib pajak Barang dan Jasa atas Makanan dan/atau Minuman.