BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Pajak

2.1.1. Definisi Pajak

Pajak dalam sebuah negara merupakan sumber terpenting bagi kehidupan sebuah negara. Berdasarkan 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."

Kemudian, definisi pajak menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S.H. (Mardiasmo, 2023):

> "Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum."

Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pajak adalah iuran yang harus dibayarkan oleh rakyat kepada negara yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung melainkan digunakan untuk membayar pengeluaran umum, mencakup pembangunan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, dan keamanan.

2.1.2. Fungsi Pajak

Pada dasarnya pajak mempunyai peran yang cukup besar dalam kehidupan bangsa dan negara. Menurut Mardiasmo (2023), fungsi pajak adalah sebagai berikut:

1. Fungsi anggaran (*budgetair*)

   Pajak berfungsi sebagai salah satu sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya.

2. Fungsi mengatur (*regulerend*)

   Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi.

3. Fungsi stabilitas

   Pemerintah memiliki dana untuk menjalankan kebijakan yang berhubungan dengan stabilitas harga sehingga inflasi dapat dikendalikan.

4. Fungsi redistribusi pendapatan

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

2.1.3. Jenis Pajak

Berdasarkan Mardiasmo (2023), jenis pajak dapat dibedakan menurut golongannya, sifatnya, dan lembaga pemungutnya.

1. Menurut golongannya

   a. Pajak langsung, yaitu pajak yang baru dipikul sendiri oleh Wajib pajak dan tidak dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain. Contohnya Pajak Penghasilan (PPh).

b. Pajak tidak langsung, yaitu pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain. Contohnya Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

2. Menurut sifatnya
   a. Pajak subjektif, yaitu pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subjeknya, dalam arti ini adalah memperhatikan keadaan diri Wajib Pajak. Contohnya Pajak Penghasilan (PPh).
   b. Pajak objektif, yaitu pajak yang berpangkal pada objeknya, tanpa memperhatikan keadaan diri Wajib Pajak. Contohnya Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM).
3. Menurut lembaga pemungutnya
   a. Pajak pusat, yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara. Contohnya Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM), dan Bea Meterai.
   b. Pajak daerah, yaitu pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah. Contohnya Pajak Provinsi (Pajak Kendaraan Bermotor dan Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor) dan Pajak Kabupaten/Kota (Pajak Hotel, Pajak Restoran, dan Pajak Hiburan).

2.1.4. Pajak Daerah

Menurut Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 14 Tahun 2023 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, definisi pajak daerah yaitu:

> "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."

Menurut Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 14 Tahun 2023 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak yang dipungut daerah terdiri dari:

1. PBB-P2
2. BPHTB
3. PBJT atas:
    a. Makanan dan/atau Minuman
    b. Tenaga Listrik
    c. Jasa Perhotelan
    d. Jasa Parkir
    e. Jasa Kesenian dan Hiburan
4. Pajak Reklame
5. PAT
6. Opsen PKB
7. Opsen BBNKB

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

2.2.1. Definisi Pajak Barang dan Jasa Tertentu (PBJT) atas Makanan dan/atau Minuman

Dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Restribusi Daerah (UU PDRD), pajak restoran merupakan pajak atas pelayanan yang disediakan oleh restoran. Restoran yang dimaksud adalah fasilitas penyedia makanan dan/atau minuman dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga rumah makan, kafetaria, kantin, warung, bar, dan sejenisnya termasuk jasa boga/katering. Namun, setelah berlakunya Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah (UU HKPD), pajak restoran tidak lagi disebut secara khusus, melainkan masuk ke dalam kategori Pajak Barang dan Jasa Tertentu (PBJT), khususnya Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman.

Menurut Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 14 Tahun 2023 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, definisi Pajak Barang dan Jasa Tertentu (PBJT) adalah pajak yang dibayarkan oleh konsumen akhir atas konsumsi barang dan/atau jasa tertentu. Makanan dan/atau minuman adalah makanan dan/atau minuman yang disediakan, dijual dan/atau diserahkan, baik secara langsung maupun tidak langsung, atau melalui pesanan oleh restoran. Restoran adalah fasilitas penyediaan layanan makanan dan/atau minuman dengan dipungut bayaran. Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman adalah pajak yang dibayarkan oleh konsumen akhir atas konsumsi makanan dan/atau minuman baik secara langsung

maupun tidak langsung, serta dapat melalui pesanan oleh layanan makanan dan/atau minuman (restoran) yang dipungut bayaran.

2.2.2. Objek dan Subjek Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman

Menurut Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 14 Tahun 2023 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, objek pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman adalah penjualan dan/atau penyerahan makanan dan/atau minuman yang meliputi restoran dan penyedia jasa boga atau katering dengan peredaran usaha/ omsetnya yang melebihi Rp7.500.000,00 per bulan. Sedangkan, yang menjadi subjek pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman adalah konsumen barang dan jasa tertentu.

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

Menurut Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 14 Tahun 2023 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, dasar pengenaan pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman merupakan jumlah pembayaran yang diterima oleh penyedia makanan dan/atau minuman atas konsumsi makanan dan/atau minuman tersebut. Tarif PBJT atas makanan dan/atau minuman ditetapkan sebesar 10%. Cara perhitungan pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman yang terutang dengan cara mengalikan dasar pengenaan PBJT atas makanan dan/atau minuman yang dikalikan dengan tarif PBJT yaitu 10%.

2.3. Kepatuhan Wajib Pajak

2.3.1. Definisi Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak merupakan suatu kondisi di mana seorang wajib pajak memenuhi seluruh kewajiban perpajakannya dan melaksanakan hak perpajakannya (Nurmantu, 2005). Sedangkan menurut Wahyuni, dkk. (2022) kepatuhan wajib pajak adalah wajib pajak sadar untuk membayar pajak secara sukarela dengan benar dan tepat waktu sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepatuhan wajib pajak merupakan kondisi di mana wajib pajak sadar dalam membayar pajak secara sukarela dengan memenuhi seluruh kewajiban perpajakannya dan tepat waktu sesuai peraturan perundang-undangan.

2.3.2. Indikator Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Rahayu (2017), indikator kepatuhan wajib pajak yaitu:

1. Kepatuhan wajib pajak dalam mendaftarkan diri ke Bapenda

   Adanya kewajiban wajib pajak untuk mendaftarkan diri ke Badan Pendapatan Daerah (Bapenda), sehingga memperoleh Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah (NPWPD). Dengan mendaftarkan diri, wajib pajak secara resmi tercatat dalam sistem administrasi perpajakan daerah, yang memungkinkan Bapenda untuk melakukan pendataan, pengawasan, dan penagihan pajak secara efektif.

2. Kepatuhan wajib pajak dalam menghitung pajak

   Kepatuhan wajib pajak dalam menghitung pajak merujuk pada kesadaran dan tanggung jawab wajib pajak PBJT atas makanan

dan/atau minuman untuk secara tepat dan benar menghitung jumlah pajak yang terutang sesuai dengan ketentuan peraturan perpajakan yang berlaku. Proses perhitungan pajak yang benar, sesuai dengan Dasar Pengenaan Pajak (DPP) dan tarif yang ditetapkan, memastikan bahwa kontribusi wajib pajak terhadap daerah sesuai dengan kemampuan ekonominya.

3. Kepatuhan wajib pajak dalam menyetorkan pajak

   Kepatuhan wajib pajak dalam menyetorkan pajak PBJT atas makanan dan/atau minuman merupakan bentuk tanggung jawab wajib pajak untuk melakukan pembayaran pajak yang terutang kepada pemerintah daerah secara tepat waktu sebelum tanggal 10 setiap bulannya dan sesuai dengan jumlah yang seharusnya dibayarkan. Dengan menyetorkan pajak daerah secara benar, wajib pajak PBJT atas makanan dan/atau minuman turut mendukung kelancaran penyelenggaraan daerah dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

4. Kepatuhan untuk melapor kembali Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD)

   Kepatuhan untuk melapor kembali Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD) merupakan kewajiban wajib pajak untuk menyampaikan laporan mengenai jumlah pajak PBJT atas makanan dan/atau minuman yang terutang dalam suatu periode tertentu kepada pemerintah daerah. Melalui pelaporan SPTPD, wajib pajak memberikan informasi yang akurat mengenai kegiatan usahanya,

objek pajak, serta perhitungan pajak yang harus dibayar, sehingga memungkinkan Bapenda untuk melakukan verifikasi dan rekonsilisasi data.

5. Kepatuhan wajib pajak dalam pembayaran tunggakan pajak

   Kepatuhan wajib pajak dalam pembayaran tunggakan pajak merupakan sikap tanggung jawab wajib pajak untuk segera melunasi kewajiban perpajakan yang tertunda sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Tunggakan pajak yang muncul akibat keterlambatan pembayaran, kesalahan dalam perhitungan atau ketidaksesuaian pelaporan perlu segera diselesaikan agar tidak menimbulkan tambahan denda atau sanksi lainnya. Pelunasan tunggakan, baik secara sukarela maupun melalui penagihan oleh Bapenda, menjadi langkah penting untuk memulihkan kepatuhan dan menjaga keadilan bagi wajib pajak lain yang telah memenuhi kewajibannya.

Berdasarkan indikator kepatuhan wajib pajak menurut Rahayu (2017), penelitian ini akan menggunakan kuesioner dan memodifikasi dari penelitian Pawaka (2024).

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 materiil maupun formil. Sedangkan menurut Rahayu (2017), definisi pengetahuan perpajakan adalah

> "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."

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan perpajakan merupakan seluruh pengetahuan mengenai peraturan dan administrasi perpajakan, yang mencakup aspek hukum pajak serta kemampuan untuk menghitung, melapor, dan memenuhi kewajiban perpajakan sesuai ketentuan peraturan yang berlaku.

2.4.2. Indikator Pengetahuan Perpajakan

Menurut Rahayu (2010), indikator pengetahuan perpajakan adalah:

1. Pengetahuan mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan

   Pengetahuan tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan sangat penting bagi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pelaporan dan pembayaran pajak daerah secara benar dan tepat waktu yang mencakup pemahaman terhadap pengisian Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD) sebagai dokumen penting dalam pelaporan pajak terutang kepada pemerintah daerah. Batas waktu pelaporan dan penyetoran PBJT atas makanan dan/atau minuman yaitu sebelum tanggal 10 setiap bulan, serta pengetahuan bahwa jumlah pembayaran yang diterima wajib pajak merupakan Dasar Pengenaan Pajak (DPP) yang menjadi acuan dalam menghitung besarnya pajak yang harus disetor.

2. Pengetahuan mengenai sistem perpajakan di Indonesia

   Indonesia menganut sistem *self assessment system*, yang berarti wajib pajak bertanggung jawab untuk menghitung, melaporkan, dan membayar pajaknya sendiri. Tarif PBJT atas makanan dan/atau minuman di Kota Surakarta yaitu sebesar 10%. Sehingga, besaran PBJT atas makanan dan/atau minuman diperoleh dari tarif dikalikan dengan DPP.

3. Pengetahuan mengenai fungsi perpajakan

   Terdapat empat fungsi perpajakan yaitu fungsi anggaran, fungsi mengatur, fungsi stabilitas, dan fungsi redistribusi pendapatan. Fungsi anggaran sebagai membiayai pengeluaran negara. Fungsi mengatur sebagai alat untuk mengatur pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi. Fungsi stabilitas sebagai dana untuk menjalankan kebijakan stabilitas harga. Serta, fungsi redistribusi pendapatan sebagai membiayai semua kepentingan umum.

Berdasarkan indikator pengetahuan perpajakan menurut Rahayu (2010), penelitian ini akan menggunakan kuesioner dan memodifikasi dari penelitian Prayoga (2021). Meskipun penelitian Prayoga (2021) secara judul dan tujuan lebih menekankan pada pemahaman peraturan perpajakan, indikator-indikator yang digunakan di dalamnya sebenarnya mencerminkan unsur-unsur pengetahuan perpajakan. Hal ini terlihat dari indikator yang tidak hanya menilai sejauh mana wajib pajak memahami aturan, tetapi juga menilai kemampuan mereka dalam mengetahui dan menerapkan ketentuan perpajakan, memahami sistem perpajakan

di Indonesia, serta fungsi pajak. Oleh karena itu, indikator dari penelitian Prayoga (2021) dianggap relevan dan dapat digunakan sebagai alat ukur pengetahuan perpajakan, karena masih sejalan dengan konsep pengetahuan perpajakan menurut Rahayu (2010) dan sesuai dengan fokus penelitian.

2.5. Relasi Sosial

2.5.1. Definisi Relasi Sosial

Menurut Sulaiman (2021), relasi sosial atau hubungan sosial merupakan hasil dari interaksi (rangkaian tingkah laku) yang sistematik antara dua orang atau lebih dan saling memengaruhi. Sedangkan menurut Zainuri (2021), relasi sosial merupakan hubungan timbal balik antara individu yang satu dengan individu yang lain, saling memengaruhi dan didasarkan pada kesadaran untuk saling mendorong. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa definisi relasi sosial adalah hubungan timbal balik antara dua orang atau lebih yang saling memengaruhi dan didasarkan pada kesadaran untuk saling mendorong.

2.5.2. Indikator Relasi Sosial

Menurut Sudariyanto (2010), indikator relasi sosial adalah:

1. Hubungan timbal balik antar wajib pajak daerah

   Hubungan timbal balik antar wajib pajak daerah mencerminkan adanya keterkaitan dan interaksi sosial maupun ekonomi yang mendukung antar pelaku usaha. Jejaring dan persepsi positif antarsesama wajib pajak dapat mendorong untuk lebih patuh dan melaksanakan kewajiban perpajakannya secara bersama-sama.

2. Pertukaran informasi antar wajib pajak daerah

   Pertukaran informasi antar wajib pajak menunjukkan bahwa interaksi dalam bentuk komunikasi menjadi sarana penting untuk saling memahami dan berbagi. Melalui komunikasi informal maupun formal, para wajib pajak dapat saling berbagi pengalaman, pengetahuan, serta informasi terkini mengenai peraturan pajak, prosedur pembayaran, hingga insentif atau kebijakan baru dari pemerintah daerah.

3. Hubungan yang saling memengaruhi antar wajib pajak daerah

   Hubungan yang saling memengaruhi antar wajib pajak daerah mencerminkan adanya dinamika sosial di mana perilaku satu pihak dapat berdampak pada sikap dan tindakan pihak lain. Adanya contoh positif dari wajib pajak lain dapat menjadi dorongan moral atau motivasi untuk beriskap serupa yang menunjukkan adanya efek sosial di mana norma dan praktik yang dilakukan bersama dapat memperkuat kepatuhan dalam komunitas.

Berdasarkan indikator relasi sosial menurut Sudariyanto (2010), penelitian ini akan menggunakan kuesioner dan memodifikasi dari penelitian Wongso (2025).

2.6. Persepsi Sanksi Perpajakan

2.6.1. Definisi Persepsi Sanksi Perpajakan

Sanksi perpajakan adalah jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti/ditaati/dipatuhi

(Mardiasmo, 2023). Dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007, terdapat dua macam sanksi yaitu sanksi administrasi dan sanksi pidana. Sanksi administrasi merupakan pembayaran kerugian kepada negara, khususnya yang berupa bunga dan kenaikan. Sedangkan, sanksi pidana adalah siksaan atau penderitaan yang merupakan alat terakhir atau benteng hukum yang digunakan fiskus agar norma perpajakan dipatuhi (Mardiasmo, 2023). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa persepsi sanksi perpajakan adalah proses individu dalam memberi makna yang berkaitan dengan sanksi perpajakan agar peraturan perundang-undangan perpajakan dipatuhi.

2.6.2. Indikator Persepsi Sanksi Perpajakan

Menurut Widyaningsih (2013), indikator persepsi sanksi perpajakan adalah:

1. Sanksi pajak harus jelas dan tegas

   Sanksi pajak perlu disusun secara jelas dan ditegakkan dengan tegas agar dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Kejelasan aturan membuat konsekuensi pelanggaran mudah dipahami, sedangkan ketegasan penegakan menunjukkan konsistensi pihak berwenang dalam menerapkan peraturan. Dengan demikian, wajib pajak akan lebih terdorong untuk memenuhi kewajiban perpajakannya dengan benar.

2. Sanksi pajak diberikan sesuai dengan pelanggaran yang dilakukan

   Sanksi pajak diberikan secara proporsional sesuai dengan tingkat pelanggaran, seperti keterlambatan pelaporan, kekurangan

pembayaran atau penyampaian data yang tidak benar. Penerapan sanksi yang sesuai dengan tingkat pelanggaran akan meningkatkan kepercayaan wajib pajak dan mendorong terciptanya kepatuhan sukarela yang berkelanjutan.

3. Sanksi pajak harus sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku

   Sanksi pajak perlu diterapkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku yaitu Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 14 Tahun 2023 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah agar penegakan hukum perpajakan berlangsung adil, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan. Penerapan sanksi yang sesuai aturan dapat memberikan kepastian hukum, mencegah konflik, dan menciptakan lingkungan perpajakan yang tertib.

Berdasarkan indikator persepsi sanksi perpajakan menurut Widyaningsih (2013), penelitian ini akan menggunakan kuesioner dan memodifikasi dari penelitian Pawaka (2024).

2.7. Sosialisasi Perpajakan

2.7.1. Definisi Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan menurut Setiadi, dkk. (2024) adalah suatu upaya yang dilakukan untuk memberikan informasi mengenai perpajakan yang bertujuan agar seseorang ataupun kelompok paham tentang perpajakan sehingga kepatuhan wajib pajak akan meningkat. Menurut Wahono (2012), sosialisasi pajak adalah upaya yang dilakukan oleh Dirjen Pajak untuk memberi masyarakat,

khususnya wajib pajak dalam pengetahuan tentang semua hal yang berkaitan dengan pajak, termasuk peraturan dan tata cara perpajakan dengan metode yang tepat. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa definisi sosialisasi perpajakan adalah upaya untuk memberikan informasi yang dilakukan oleh Dirjen Pajak terkait perpajakan dari pengetahuan umum hingga peraturan dan tata cara perpajakan.

2.7.2. Indikator Sosialisasi Perpajakan

Menurut Widodo, dkk. (2010), indikator sosialisasi perpajakan adalah:

1. Penyuluhan

   Penyuluhan pajak bertujuan untuk meningkatkan kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan. Bapenda akan memberikan penjelasan terkait peraturan terbaru, prosedur pelaporan, perhitungan, serta penyetoran pajak secara jelas dan mudah dipahami. Wajib pajak diharapkan dapat lebih memahami hak dan kewajibannya, sehingga dapat menjalankan kewajiban perpajakan secara benar dan tepat waktu.

2. Cara sosialisasi

   Sosialisasi perpajakan dilakukan oleh petugas atau aparat pajak melalui berbagai media, seperti televisi, radio, media sosial, dan spanduk untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap kewajiban perpajakannya, khususnya pajak PBJT atas makanan dan/atau minuman.

3. Media informasi yang digunakan sebagai sumber informasi

   Media informasi perpajakan memiliki peran penting dalam membantu wajib pajak PBJT atas makanan dan/atau minuman memahami

peraturan dan sanksi yang berlaku. Bapenda menyediakan informasi melalui media elektronik maupun media cetak dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami. Selain itu, media sosialisasi juga dikembangkan dalam bentuk platform digital yang dapat diakses melalui internet, seperti situs resmi Bapenda atau aplikasi perpajakan daerah.

Berdasarkan indikator sosialisasi perpajakan menurut Widodo, dkk. (2010), penelitian ini akan menggunakan kuesioner dan memodifikasi dari penelitian Wongso (2025).

2.8. Kerangka Konseptual

2.8.1. Teori Atribusi (Attribution Theory)

Kepatuhan wajib pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman pada penelitian ini menggunakan teori atribusi (*attribution theory*). Teori atribusi dipelopori oleh Bernard Weiner dan Fritz Heider. Teori atribusi merujuk pada bagaimana seseorang menjelaskan penyebab perilaku orang lain atau perilaku mereka sendiri. Terdapat dua jenis atribusi yaitu atribusi disposisional dan atribusi situasional. Atribusi disposisional yaitu atribusi yang mengaitkan perilaku seseorang dengan faktor internal seperti ciri kepribadian, motivasi, atau kemampuan. Sedangkan, atribusi situasional adalah atribusi yang mengaitkan perilaku seseorang dengan faktor eksternal seperti peralatan atau pengaruh sosial dari orang lain (Luthans, 2011).

Dalam konteks kepatuhan wajib pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/minuman, teori atribusi menjelaskan bagaimana individu atau

pemilik usaha menilai dan memahami dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Seseorang akan berusaha mencari alasan atau penyebab atas suatu tindakan, baik yang berasal dari faktor internal seperti pengetahuan perpajakan dan relasi sosial maupun eksternal seperti sosialisasi perpajakan dan persepsi sanksi perpajakan. Apabila wajib pajak mengatribusikan kepatuhan pajak sebagai tanggung jawab pribadi dan bagian dari kontribusi terhadap pembangunan daerah, maka kemungkinan besar wajib pajak tersebut akan patuh secara sukarela. Sebaliknya, jika wajib pajak merasa bahwa kewajiban pajak disebabkan oleh faktor eksternal semata, seperti takut akan sanksi atau adanya tekanan dari otoritas pajak, maka kepatuhan yang ditunjukkan cenderung bersifat terpaksa.

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

Pengetahuan perpajakan adalah segala sesuatu yang diketahui dan dipahami sehubungan dengan hukum pajak, baik berupa hukum pajak materiil maupun formil. Hukum pajak materiil mencakup aturan-aturan yang mengatur tentang subjek pajak, objek pajak, tarif pajak, serta cara perhitungan pajak yang terutang. Sementara itu, hukum pajak formil berfokus pada prosedur administratif perpajakan, seperti pendaftaran, pelaporan, pembayaran, serta penegakan hukum dalam sistem perpajakan (Mardiasmo, 2016).

Pengetahuan akan peraturan perpajakan masyarakat melalui pendidikan formal maupun non formal akan berdampak positif terhadap kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak, karena pengetahuan perpajakan merupakan hal yang paling mendasar harus dimiliki oleh wajib pajak. Adanya pengetahuan perpajakan

tersebut akan membantu kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak, sehingga kepatuhan akan meningkat. Semakin tinggi pengetahuan perpajakan seseorang, maka akan meningkatkan kepatuhannya dalam membayar pajak (Azura, dkk., 2022).

Hal ini sejalan dengan teori atribusi, variabel pengetahuan perpajakan merupakan faktor internal yang dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman. Ketika wajib pajak memiliki pengetahuan yang baik mengenai regulasi perpajakan, manfaat pajak bagi pembangunan, serta konsekuensi ketidakpatuhan, mereka cenderung mengutamakan kepatuhan sebagai bentuk tanggung jawab dan kesadaran pribadi. Peningkatan kepatuhan perpajakan tidak hanya membekali wajib pajak dengan informasi, tetapi juga membentuk atribusi internal yang memperkuat komitmen terhadap kepatuhan pajak.

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

Relasi sosial merupakan hubungan timbal balik antara individu yang satu dengan individu yang lain, saling memengaruhi dan didasarkan pada kesadaran untuk saling mendorong. Relasi sosial muncul ketika kedua belah pihak saling memberi respons atau jika kedua belah pihak saling membutuhkan satu dengan yang lainnya. Relasi sosial yang terjalin antara individu yang berlangsung dalam waktu yang relatif lama akan membentuk suatu pola yang disebut pola relasi sosial (Zainuri, 2021).

Adanya relasi sosial memungkinkan seorang wajib pajak mempunyai pengaruh terhadap wajib pajak lainnya, salah satunya dengan mematuhi kewajiban perpajakan. Kemungkinan besar wajib pajak akan lebih cenderung untuk membayar pajaknya tepat waktu apabila pada lingkungan dimana mayoritas wajib pajak patuh dalam menjalankan kewajiban perpajakan dan membayar pajak. Semakin kuat ikatan sosial di antara wajib pajak, semakin besar pula pemahaman mereka mengenai keuntungan membayar pajak dan kepatuhan mereka. Serta tingkat dukungan sosial yang lebih tinggi dari hubungan juga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Handayanto, dkk., 2024).

Hal ini sejalan dengan teori atribusi, variabel relasi sosial merupakan faktor internal yang dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman. Ketika wajib pajak mengamati perilaku wajib pajak lainnya, mereka cenderung mengaitkan kepatuhan tersebut dengan faktor internal seperti tanggung jawab sosial. Jika lingkungan sosial mendukung kepatuhan, maka wajib pajak akan merasa terdorong untuk menyesuaikan diri dalam mematuhi kewajiban perpajakannya. Sehingga, relasi sosial sangat berpengaruh bagi wajib pajak PBJT atas makanan dan/atau minuman dalam memenuhi kepatuhannya.

2.8.4. Persepsi Sanksi Perpajakan dengan Kepatuhan Wajib Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman

Sanksi perpajakan adalah jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti/ditaati/dipatuhi. Dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007, terdapat dua macam sanksi yaitu sanksi

administrasi dan sanksi pidana. Sanksi administrasi merupakan pembayaran kerugian kepada negara, khususnya yang berupa bunga dan kenaikan. Sedangkan, sanksi pidana adalah siksaan atau penderitaan yang merupakan alat terakhir atau benteng hukum yang digunakan fiskus agar norma perpajakan dipatuhi (Mardiasmo, 2023).

Wajib pajak yang melanggar peraturan akan dikenakan sanksi pajak. Sanksi perpajakan diterapkan dalam rangka memperlancar penyelenggaraan pemungutan pajak yang tertib dan berorientasi sasaran. Wajib pajak yang mengabaikan persyaratan terkait dapat dikenakan sanksi. Sanksi perpajakan mencakup sanksi pidana dan administratif. Namun demikian, ketentuan tersebut harus diterapkan secara menyeluruh dan setara kepada seluruh wajib pajak yang tidak memenuhi kewajiban perpajakannya. Semakin berat sanksi yang diterapkan, maka diharapkan wajib pajak semakin serius dalam menjalankan kewajiban perpajakannya (Handayanto, dkk., 2024).

Hal ini sejalan dengan teori atribusi, variabel persepsi sanksi perpajakan merupakan faktor eksternal yang dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman. Ketika sanksi dianggap tegas, adil, dan diberlakukan secara menyeluruh, wajib pajak cenderung mengatribusikan kepatuhan sebagai bentuk tindakan rasional untuk menghindari konsekuensi negatif. Persepsi yang kuat terhadap efektivitas sanksi dapat memperkuat motivasi wajib pajak untuk patuh, yang akhirnya akan berpotensi mendorong terbentuknya kesadaran dan tanggung jawab atas kewajiban perpajakannya.

2.8.5. Sosialisasi Perpajakan dengan Kepatuhan Wajib Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman

Sosialisasi perpajakan berarti suatu upaya yang dilakukan untuk memberikan informasi mengenai perpajakan yang bertujuan agar seseorang ataupun kelompok paham tentang perpajakan sehingga kepatuhan wajib pajak akan meningkat. Proses sosialisasi dan penyuluhan perpajakan diharapkan berdampak pada pengetahuan perpajakan masyarakat secara positif sehingga dapat juga meningkatkan jumlah wajib pajak, meningkatkan kepatuhan wajib pajak, yang akhirnya meningkatkan penerimaan negara dari sektor pajak (Setiadi, dkk., 2024).

Sosialisasi merupakan suatu hal yang mendukung perilaku dalam keyakinan individu yang akan ditampilkan kepada orang lain terhadap seberapa kuat hal tersebut dapat mendukung perilaku individu. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi dan penyuluhan yang dicanangkan pemerintah daerah saat ini mampu mendukung wajib pajak untuk patuh. Jika wajib pajak diberikan pemahaman yang baik dan benar melalui sosialisasi, maka wajib pajak akan memiliki pengetahuan tentang pentingnya membayar pajak. Sehingga, sosialisasi pajak berpengaruh secara tidak langsung terhadap kepatuhan pajak seseorang (Anggraini dan Khairunnisa, 2022).

Hal ini sejalan dengan teori atribusi, variabel sosialisasi perpajakan merupakan faktor eksternal yang dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman. Sosialisasi perpajakan yang dilakukan pemerintah daerah berperan sebagai faktor eksternal yang

memberikan informasi dan pemahaman yang benar kepada wajib pajak. Melalui proses sosialisasi yang efektif, wajib pajak akan cenderung mengutamakan kepatuhan mereka sebagai hasil dari kesadaran dan tanggung jawab pribadi, bukan sekedar karena tekanan hukum atau sanksi. Sosialisasi mampu membentuk atribusi positif dalam diri wajib pajak yang pada akhirnya mendorong peningkatan kepatuhan mereka terhadap kewajiban perpajakan.

2.9. Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Prayoga (2021) dengan judul "Pengaruh Pemeriksaan Pajak, Pemahaman Peraturan, Sanksi Pajak, dan Relasi Sosial Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran" subjek penelitian ini adalah DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan variabel dependen kepatuhan wajib pajak, sedangkan variabel independennya adalah pemeriksaan pajak, pemahaman peraturan, sanksi pajak, dan relasi sosial. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa pemeriksaan pajak, pemahaman peraturan, dan sanksi pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan relasi sosial tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Azura, dkk. (2022) dengan judul "Kepatuhan Pajak Restoran: Pengaruh Kesadaran, Pengetahuan, Sikap, Sanksi, dan Akuntabilitas Pelayanan Publik" subjek penelitian ini adalah Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan variabel dependen kepatuhan wajib pajak, sedangkan variabel independennya adalah kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, sikap wajib pajak, sanksi pajak, dan akuntabilitas pelayanan publik. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, sikap

wajib pajak, sanksi pajak, dan akuntabilitas pelayanan publik berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Anggraini dan Khairunnisa (2022) dengan judul "Pengaruh Keadilan, Sosialisasi, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak" subjek penelitian ini adalah Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan variabel dependen kepatuhan wajib pajak, sedangkan variabel independennya adalah keadilan pajak, sosialisasi pajak, dan sanksi pajak. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa keadilan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, serta sosialisasi pajak dan sanksi pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian keempat yang dilakukan oleh Putrinur'aini dan Pravitasari (2022) dengan judul "Pengaruh Pengetahuan Pajak, Pemeriksaan Pajak, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran Kabupaten Tulungagung" subjek penelitian ini adalah Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini menggunakan variabel dependen kepatuhan wajib pajak, sedangkan variabel independennya adalah pengetahuan pajak, pemeriksaan pajak, dan sanksi pajak. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa pengetahuan pajak, pemeriksaan pajak, dan sanksi pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Handayanto, dkk. (2024) dengan judul "Relasi Sosial, Peran Usaha, Sanksi, dan Sistem Online Terhadap Kepatuhan Pajak Restoran di Malang" subjek penelitian ini adalah Kota Malang. Penelitian ini menggunakan variabel dependen kepatuhan wajib pajak, sedangkan variabel independennya adalah relasi sosial, peran usaha, sanksi, dan sistem online.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa relasi sosial, peran usaha, sanksi, dan sistem online berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian keenam oleh Pawaka (2024) dengan judul "Pengaruh Pemeriksaan Pajak, Omzet Penjualan, Sanksi, dan Lingkungan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman di Kabupaten Tangerang" subjek penelitian ini adalah Kabupaten Tangerang. Penelitian ini menggunakan variabel dependen kepatuhan wajib pajak, sedangkan variabel independennya adalah pemeriksaan pajak, omzet penjualan, sanksi, dan lingkungan wajib pajak. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa pemeriksaan pajak, omzet penjualan, dan lingkungan wajib pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan sanksi tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian ketujuh yang dilakukan oleh Sarah, dkk. (2024) dengan judul "Pengaruh Penerapan Sistem Self Assessment, Sosialisasi Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran di Kabupaten Bogor" subjek penelitian ini adalah Kabupaten Bogor. Penelitian ini menggunakan variabel dependen kepatuhan wajib pajak, sedangkan variabel independennya adalah penerapan sistem self assessment, sosialisasi perpajakan, dan sanksi perpajakan. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa penerapan sistem self assessment dan sanksi perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian kedelapan yang dilakukan oleh Wongso (2025) dengan judul "Pengaruh Relasi Sosial, Persepsi Sanksi Pajak, dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak atas Jasa Makanan dan Minuman di Pontianak" subjek penelitian ini adalah Kota Pontianak. Penelitian ini menggunakan variabel dependen kepatuhan wajib pajak atas jasa makanan dan minuman, sedangkan variabel independennya adalah relasi sosial, persepsi sanksi pajak, dan sosialisasi pajak. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa relasi sosial dan persepsi sanksi pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak atas jasa makanan dan minuman, sedangkan sosialisasi pajak berpengaruh signifikan negatif terhadap kepatuhan wajib pajak atas jasa makanan dan minuman.

Tabel 2.1.
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Variabel	Subjek	Hasil
1.	Prayoga (2021)	**Variabel Dependen (Y):** Kepatuhan Wajib Pajak. **Variabel Independen (X):** Pemeriksaan Pajak, Pemahaman Peraturan, Sanksi Pajak, dan Relasi Sosial.	DKI Jakarta.	1. Pemeriksaan Pajak berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. 2. Pemahaman Peraturan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. 3. Sanksi Pajak berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. 4. Relasi Sosial tidak

				berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
2.	Azura, dkk. (2022)	**Variabel Dependen (Y):** Kepatuhan Wajib Pajak Restoran. **Variabel Independen (X):** Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan, Sikap Wajib Pajak, Sanksi Pajak, dan Akuntabilitas Pelayanan Publik.	Kota Pekanbaru.	1. Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran. 2. Pengetahuan Perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran. 3. Sikap Wajib Pajak berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran. 4. Sanksi Perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran. 5. Akuntabilitas Pelayanan Publik berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran.
3.	Anggraini dan Khairunnisa (2022)	**Variabel Dependen (Y):** Kepatuhan Wajib Pajak. **Variabel Independen (X):**	Kota Palembang.	1. Keadilan tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. 2. Sosialisasi Pajak berpengaruh

		Keadilan, Sosialisasi Pajak, dan Sanksi Pajak.		signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. 3. Sanksi Pajak berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
4.	Putrinur'aini dan Pravitasari (2022)	**Variabel Dependen (Y):** Kepatuhan Wajib Pajak. **Variabel Independen (X):** Pengetahuan Pajak, Pemeriksaan Pajak, dan Sanksi Pajak.	Kabupaten Tulungagung.	1. Pengetahuan pajak berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. 2. Pemeriksaan Pajak berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. 3. Sanksi Pajak berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
5.	Handayanto, dkk. (2024)	**Variabel Dependen (Y):** Kepatuhan Wajib Pajak. **Variabel Independen (X):** Relasi Sosial, Peran Usaha, Sanksi, dan Sistem Online.	Kota Malang.	1. Relasi Sosial berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. 2. Peran Usaha berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. 3. Sanksi berpengaruh signifikan positif terhadap

				Kepatuhan Wajib Pajak. 4. Sistem Online berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
6.	Pawaka (2024)	**Variabel Dependen (Y):** Kepatuhan Wajib Pajak. **Variabel Independen (X):** Pemeriksaan Pajak, Omzet Penjualan, Sanksi, dan Lingkungan Wajib Pajak.	Kabupaten Tangerang.	1. Pemeriksaan Pajak berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. 2. Omzet Penjualan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. 3. Sanksi tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. 4. Lingkungan Wajib Pajak berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
7.	Sarah, dkk. (2024)	**Variabel Dependen (Y):** Kepatuhan Wajib Pajak. **Variabel Independen (X):** Penerapan Sistem Self Assessment, Sosisalisasi Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan.	Kabupaten Bogor.	1. Penerapan Sistem Self Assessment berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. 2. Sosialisasi Perpajakan tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

				3. Sanksi Perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
8.	Wongso (2025)	**Variabel Dependen (Y):** Kepatuhan Wajib Pajak atas Jasa Makanan dan Minuman. **Variabel Independen (X):** Relasi Sosial, Persepsi Sanksi Pajak, dan Sosialisasi Pajak.	Kota Pontianak.	1. Relasi Sosial berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak atas Jasa Makanan dan Minuman. 2. Persepsi Sanksi Pajak berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak atas Jasa Makanan dan Minuman. 3. Sosialisasi Pajak berpengaruh signifikan negatif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak atas Jasa Makanan dan Minuman.

2.10. Pengembangan Hipotesis

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

Pengetahuan perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman. Pengetahuan akan peraturan perpajakan masyarakat melalui pendidikan formal maupun non formal akan berdampak positif terhadap kesadaran wajib pajak untuk

membayar pajak, karena pengetahuan perpajakan merupakan hal yang paling mendasar harus dimiliki oleh wajib pajak. Adanya pengetahuan perpajakan tersebut akan membantu kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak, sehingga kepatuhan akan meningkat. Semakin tinggi pengetahuan perpajakan seseorang, maka akan meningkatkan kepatuhannya dalam membayar pajak (Azura, dkk., 2022).

Sesuai dengan keterkaitan antara teori atribusi dengan pengetahuan perpajakan, ketika wajib pajak memiliki pengetahuan yang baik mengenai regulasi perpajakan, manfaat pajak bagi pembangunan, serta konsekuensi ketidakpatuhan, mereka cenderung mengutamakan kepatuhan sebagai bentuk tanggung jawab dan kesadaran pribadi. Peningkatan kepatuhan perpajakan tidak hanya membekali wajib pajak dengan informasi, tetapi juga membentuk atribusi internal yang memperkuat komitmen terhadap kepatuhan pajak.

Teori ini diperkuat melalui penelitian yang dilakukan oleh Azura, dkk. (2022) dan Putrinur'aini dan Pravitasari (2022) bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman. Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

Ha_1 = Pengetahuan Perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Barang dan Jasa Tertentu 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 berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman. Adanya relasi sosial memungkinkan seorang wajib pajak mempunyai pengaruh terhadap wajib pajak lainnya, salah satunya dengan mematuhi kewajiban perpajakan. Kemungkinan besar wajib pajak akan lebih cenderung untuk membayar pajaknya tepat waktu apabila pada lingkungan dimana mayoritas wajib pajak patuh dalam menjalankan kewajiban perpajakan dan membayar pajak. Semakin kuat ikatan sosial di antara wajib pajak, semakin besar pula pemahaman mereka mengenai keuntungan membayar pajak dan kepatuhan mereka. Serta tingkat dukungan sosial yang lebih tinggi dari hubungan juga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Handayanto, dkk., 2024).

Sesuai dengan keterkaitan antara teori atribusi dengan relasi sosial, ketika wajib pajak mengamati perilaku wajib pajak lainnya, mereka cenderung mengaitkan kepatuhan tersebut dengan faktor internal seperti tanggung jawab sosial. Jika lingkungan sosial mendukung kepatuhan, maka wajib pajak akan merasa terdorong untuk menyesuaikan diri dalam mematuhi kewajiban perpajakannya. Sehingga, relasi sosial sangat berpengaruh bagi wajib pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman dalam memenuhi kepatuhannya.

Teori ini diperkuat melalui penelitian yang dilakukan oleh Handayanto, dkk. (2024), dan Wongso (2025) bahwa relasi sosial berpengaruh signifikan

positif terhadap kepatuhan wajib pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Prayoga (2021) yang menyatakan bahwa relasi sosial tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman. Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

Ha_2 = Relasi Sosial berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman

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

Persepsi sanksi perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman. Wajib pajak yang melanggar peraturan akan dikenakan sanksi pajak. Sanksi perpajakan diterapkan dalam rangka memperlancar penyelenggaraan pemungutan pajak yang tertib dan berorientasi sasaran. Wajib pajak yang mengabaikan persyaratan terkait dapat dikenakan sanksi. Sanksi perpajakan mencakup sanksi pidana dan administratif. Namun demikian, ketentuan tersebut harus diterapkan secara menyeluruh dan setara kepada seluruh wajib pajak yang tidak memenuhi kewajiban perpajakannya. Semakin berat sanksi yang diterapkan, maka diharapkan wajib pajak semakin serius dalam menjalankan kewajiban perpajakannya (Handayanto, dkk., 2024).

Sesuai dengan keterkaitan antara teori atribusi dengan persepsi sanksi perpajakan, ketika sanksi dianggap tegas, adil, dan diberlakukan secara

menyeluruh, wajib pajak cenderung mengatribusikan kepatuhan sebagai bentuk tindakan rasional untuk menghindari konsekuensi negatif. Persepsi yang kuat terhadap efektivitas sanksi dapat memperkuat motivasi wajib pajak untuk patuh, yang akhirnya akan berpotensi mendorong terbentuknya atribusi berupa kesadaran dan tanggung jawab atas kewajiban perpajakannya.

Teori ini diperkuat melalui penelitian yang dilakukan oleh Prayoga (2021), Azura, dkk. (2022), Anggraini dan Khairunnisa (2022), Putrinur'aini dan Pravitasari (2022), Handayanto, dkk. (2024), Sarah, dkk. (2024), dan Wongso (2025) bahwa persepsi sanksi perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Pawaka (2024) yang menyatakan bahwa sanksi tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman. Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

Ha_3 = Persepsi Sanksi Perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman

2.10.4. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman

Sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman. Sosialisasi merupakan suatu hal yang mendukung perilaku dalam keyakinan individu yang akan ditampilkan kepada orang lain terhadap seberapa kuat hal tersebut dapat

mendukung perilaku individu. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi dan penyuluhan yang dicanangkan pemerintah saat ini mampu mendukung wajib pajak untuk patuh. Jika wajib pajak diberikan pemahaman yang baik dan benar melalui sosialisasi, maka wajib pajak akan memiliki pengetahuan tentang pentingnya membayar pajak. Sehingga, sosialisasi pajak berpengaruh secara tidak langsung terhadap kepatuhan pajak seseorang (Anggraini dan Khairunnisa, 2022).

Sesuai dengan keterkaitan antara teori atribusi dengan sosialisasi perpajakan, sosialisasi perpajakan yang dilakukan pemerintah berperan sebagai faktor eksternal yang memberikan informasi dan pemahaman yang benar kepada wajib pajak. Melalui proses sosialisasi yang efektif, wajib pajak akan cenderung mengutamakan kepatuhan mereka sebagai hasil dari kesadaran dan tanggung jawab pribadi, bukan sekedar karena tekanan hukum atau sanksi. Sosialisasi mampu membentuk atribusi positif dalam diri wajib pajak yang pada akhirnya mendorong peningkatan kepatuhan mereka terhadap kewajiban perpajakan.

Teori ini diperkuat melalui penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dan Khairunnisa (2022) bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sarah, dkk. (2024) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak barang dan jasa tertentu atas makanan dan/atau minuman dan Wongso (2025) yang menyatakan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh signifikan negatif terhadap kepatuhan wajib pajak barang dan jasa tertentu atas

makanan dan/atau minuman. Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

Ha_4 = Sosialisasi Perpajakan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Barang dan Jasa Tertentu atas Makanan dan/atau Minuman