
PENGARUH KEWAJIBAN MORAL, SOSIALISASI PERPAJAKAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK KENDARAAN BERMOTOR (STUDI KASUS PADA KANTOR BERSAMA SAMSAT TABANAN)

Ni Wayan Intan Rismayanti

Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia

E-mail: intanrismayanti777@gmail.com

ABSTRACT

Vehicles are a must have requirement, it's because it capable of supporting the community activities. Both of vehicle purchases level and the development of the automotive world are increasing. The more people who own the vehicles cause the number of vehicle taxpayer increase every year. However, the tax collection still needs to be improved considering that there are many people who aren't obedient in paying the taxes. We can see there are evidenced by the existence of tax arrears. This study, aimed is to know the influence of moral obligations, tax socialization, and service quality of vehicle taxpayer compliance. The population of this study were all vehicle taxpayers in Tabanan regency. The sample of the study was 100 respondents that obtained the slovin form. This used accidental sampling technique. The data collected by spread out a questionnaire, and then analyzed using multiple linear regression test. This study showed; simultaneously, a moral obligation tax socialization and service quality have influenced to vehicle taxpayer compliance. Partially, it showed moral obligations have a positive significant's affect to taxpayer compliance, while tax socialization and service quality didn't affect to vehicle taxpayer compliance.

Keywords : Moral Obligation, Tax Socialization, Service Quality, Vehicle Taxpayer Compliance.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin maju serta teknologi yang semakin berkembang, membuat seluruh lapisan masyarakat semakin terpacu untuk dapat memenuhi segala kebutuhannya. Alat transportasi merupakan salah satu kebutuhan yang wajib dimiliki, hal ini dikarenakan alat transportasi mampu menunjang kegiatan masyarakat. Tingkat daya beli kendaraan bermotor menjadi semakin bertambah serta perkembangan dunia otomotif semakin meningkat. Semakin banyak masyarakat yang memiliki kendaraan bermotor menyebabkan jumlah Wajib Pajak Kendaraan Bermotor semakin meningkat setiap tahunnya. Meningkatnya daya beli masyarakat terhadap kendaraan bermotor tentunya memberikan dampak yang positif bagi pemerintah. Semakin tinggi tingkat kepemilikan kendaraan bermotor diharapkan pajak yang akan diterima oleh pemerintah juga akan semakin tinggi. Pemungutan pajak kendaraan bermotor masih perlu dioptimalkan sehingga pembayaran pajak semakin meningkat dan pendapatan pajak dapat bertambah.

Pajak adalah kontribusi wajib oleh orang pribadi atau badan kepada Negara berdasarkan Undang-Undang, yang bersifat memaksa dan tidak mendapat imbalan. Pajak merupakan sumber penerimaan terbesar di Indonesia yang sangat berperan dalam sistem perekonomian. Pajak dapat membantu pemerintah dalam pembangunan nasional yang secara terus menerus serta diperlukan untuk membantu kesejahteraan masyarakat. Pemerintah juga dapat memanfaatkan sumber daya ekonomi melalui pajak. (Anik Yustina, Diatmika, Putra Yasa, 2020).

Secara umum terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar kewajiban perpajakannya yaitu Kewajiban Moral, Sosialisasi Perpajakan, dan Kualitas Pelayanan. Sosialisasi perpajakan merupakan cara yang dilakukan untuk memberikan informasi, pengetahuan serta pembinaan kepada masyarakat khususnya kepada wajib pajak terkait segala hal yang berhubungan dengan perpajakan (Vanisa Meifari, 2020). Kualitas pelayanan merupakan cara yang dilakukan oleh instansi pajak dengan memberikan pelayanan berupa system administrasi yang efektif sehingga wajib pajak akan lebih berminat untuk membayar pajak kepada negara (Sarifah, Sukidin, Wiwin, 2020).

Unit Pelaksanaan Teknis Daerah (UPTD) Penerimaan Pajak dan Retribusi Daerah (PPRD) Provinsi Bali di Tabanan mencatat sejauh ini masih banyak wajib pajak yang belum tertib dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Tercatat tunggakan jatuh tempo belum daftar ulang (BDU) di Kabupaten Tabanan mulai periode 1 Januari 2019 sampai 30 Juni 2019 sebanyak 12.638 unit kendaraan (Balipost.com).

Berdasarkan data yang bersumber langsung dari Kantor Bersama Samsat Tabanan, per 17 November 2020 sebesar 50,38% Wajib Pajak yang masih melakukan penunggakan pembayaran pajak kendaraan bermotor . Dan sebesar 49,62 % Wajib Pajak sudah membayar lunas pembayaran pajak kendaraan bermotornya. Dari persentase diatas dapat dilihat bahwa masih lebih besar Wajib Pajak yang melakukan penunggakan dibandingkan dengan Wajib Pajak yang sudah melakukan pembayaran pajak. Masih banyaknya masyarakat yang menunggak disebabkan karena wajib pajak yang tidak patuh dalam membayar pajak kendaraan bermotor tepat waktu sesuai dengan waktu yang telah ditentukan di Surat Tanda Nomor Kendaraan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kewajiban Moral, Sosialisasi Perpajakan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor**”

Berdasarkan latar belakang diatas masalah diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah seperti yang diuraikan berikut ini:

- a. Bagaimanakah pengaruh kewajiban moral terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor ?
- b. Bagaimanakah pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor ?
- c. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor ?

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari kewajiban moral terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor
2. Untuk mengetahui pengaruh dari sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor
3. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara Praktis maupun Teoritis kegunaan praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan serta kebijaksanaan bagi tempat penelitian, khususnya dalam hal menentukan kebijakan pengawasan sehingga tujuan dapat tercapai. Kegunaan Teoritis dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memperluas wawasan serta pengetahuan pembaca mengenai pengaruh kewajiban moral, sosialisasi perpajakan, dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

KAJIAN PUSTAKA

Teori atribusi pertama kali ditemukan oleh Fritz Heider pada tahun 1958 yang kemudian dikembangkan oleh Harlod Kelley (1972). Memperkirakan apa yang menyebabkan orang lain berperilaku tertentu merupakan pengertian dari atribusi. Teori atribusi menjelaskan individu berupaya menentukan apakah perilaku disebabkan secara internal atau eksternal ketika individu mengamati perilaku seseorang (Robbins dan Judge, 2008). Penentu dari perilaku manusia ditentukan oleh kekuatan internal (seperti kemampuan, kelelahan dan usaha), dan kekuatan eksternal (lingkungan).

Teori atribusi relevan untuk menjelaskan perilaku wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya, dimana perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal. Faktor internal dalam

penelitian ini adalah kewajiban moral yang dapat mempengaruhi wajib pajak dalam mematuhi kewajiban perpajakannya. Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya adalah sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan.

Theory of Planned Behaviour (TPB) dalam teori dijelaskan bahwa perilaku yang ditampilkan oleh individu muncul karena adanya niat untuk berperilaku atas obyek tertentu (Ajzen, 1991:179). Ada 3 faktor penentu yang membuat munculnya niat individu dalam berperilaku yaitu *Behavioral*, *Normative belief*, *Control belief* sesuai yang dikemukakan oleh Mustikasari (2007:82). Sikap positif atau negative terhadap suatu objek dihasilkan oleh *Behavioral belief*, tekanan social yang dipersepsikan dan norma subyektif dihasilkan oleh *normative belief*, control keperilakuan yang dipersepsikan ditimbulkan oleh *control belief*.

Theory of planned behavior relevan dalam menjelaskan perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. *Behavior belief* (kepercayaan perilaku) menunjukkan sikap positif atau negative terhadap suatu objek, hal tersebut dapat dikaitkan dengan variabel kewajiban moral. *Normative belief* menunjukkan bahwa tekanan social yang dipersepsikan dan norma subyektif yang dihasilkan atau bisa dikatakan ketika akan melakukan sesuatu individu akan memiliki keyakinan tentang harapan normative dari orang lain dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut, hal ini dikaitkan dengan variabel sosialisasi perpajakan dan variabel kualitas pelayanan. *Control belief* menunjukkan ada hal-hal yang mendukung atau menghambat individu untuk berperilaku.

Kewajiban moral merupakan moral yang dimiliki individu seperti etika, prinsip hidup serta perasaan bersalah dalam melakukan kewajiban perpajakannya namun tidak semua orang memilikinya (Widi Artha, Ery Setiawan, 2016). Kewajiban moral terkait dengan perasaan individu mengenai kewajiban untuk terlibat ataupun menolak melakukan perilaku tertentu. Aspek moral dalam perpajakan sangatlah penting untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Hal ini dikarenakan pembayaran pajak yang dilakukan oleh wajib pajak tidak lepas dari kondisi behavior dari wajib pajak itu sendiri (Anik Yustina, Diatmika, Putra Yasa, 2020). Wajib pajak yang memiliki kewajiban moral yang baik, akan lebih patuh terhadap kewajiban perpajakan dibandingkan dengan wajib pajak lainnya.

Sosialisasi Perpajakan merupakan upaya yang dilakukan untuk memberikan pengertian serta informasi kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak pada khususnya mengenai segala informasi yang berhubungan dengan perpajakan (Vanisa Meifari, 2020). Semakin sering sosialisasi dilakukan maka informasi dan pengetahuan perpajakan akan semakin diketahui oleh

wajib pajak sehingga jika wajib pajak sudah mengetahui mengenai perpajakan keinginan untuk mematuhi kewajiban perpajakannya akan semakin meningkat. Ada dua cara yang dapat diterapkan pada saat sosialisasi perpajakan yaitu: Sosialisasi secara langsung dimana kegiatan sosialisasi ini dilakukan dengan cara berinteraksi langsung dengan wajib pajak. Sedangkan sosialisasi tidak langsung dimana kegiatan sosialisasi tidak dilakukan dengan berinteraksi langsung dengan wajib pajak. Kegiatan sosialisasi ini biasanya dilakukan melalui media elektronik seperti televisi dan radio.

Kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberi dengan sistem administrasi yang efektif oleh instansi perpajakan sehingga wajib pajak akan lebih taat untuk membayar pajak (Sarifah, Sukidin, Wiwin, 2020). Pelayanan sering kali menjadi tolak ukur keberhasilan instansi pemerintah atau organisasi dalam memenuhi keinginan masyarakat (Putra Mahardika, 2015). Salah satu upaya dalam meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memberikan pelayanan yang baik, sehingga pemerintah harus meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat.

Pada prinsipnya kepatuhan dalam perpajakan merupakan tindakan yang dilakukan oleh wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku pada suatu Negara (Zakaria Anshori, 2020). Kewajiban perpajakan dilakukan wajib pajak untuk memberikan kontribusi kepada Negara. Kepatuhan wajib pajak merupakan aspek yang sangat penting karena di Indonesia system perpajakannya menganut system *self assessment* dimana wajib pajak diberikan kepercayaan untuk menghitung, membayar dan melaporkan kewajibannya.

Penelitian Angelia Oktaviani Bayu Putri dan Endah Nawangsari menunjukkan Peran Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, dan Kualitas pelayan berpengaruh positif signifikan sedangkan Peran E-Tilang berpengaruh negatif signifikan dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Penelitian Luh Anik Yustina, I Putu Gede Diatmika, dan I Nyoman Putra Yasa menunjukkan hasil bahwa Tingkat Pendidikan, Kewajiban Moral dan Sanksi Perpajakan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

Penelitian oleh Ni Putu Atik Widiastiti dan Ni Luh Supadmi menunjukkan bahwa Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Perpajakan, Kualitas Pelayanan, dan Sosialisasi Perpajakan Berpengaruh positif signifikan pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Penelitian oleh Nur Sarifah, Sukidin, dan Wiwin Hartanto menunjukkan Kesadaran Wajib Pajak Dan

Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak kendaraan Bermotor Lima Tahunan. Penelitian oleh Zakaria Anshori menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Pajak, Pelayanan Fiskus, Sanksi Perpajakan, Pemanfaatan Teknologi Informasi berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian sebelumnya, maka pengajuan hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Pengaruh Kewajiban Moral Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Kewajiban moral merupakan moral yang dimiliki individu seperti etika, prinsip hidup serta perasaan bersalah dalam melakukan kewajiban perpajakannya namun tidak semua orang memilikinya (Widi Artha, Ery Setiawan, 2016). Kewajiban moral sangat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Teori atribusi menjelaskan individu berupaya menentukan apakah perilaku disebabkan secara internal atau eksternal ketika individu mengamati perilaku seseorang. Kewajiban moral merupakan faktor internal yang dapat mempengaruhi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Seseorang yang memiliki prinsip moral yang baik akan lebih taat dalam membayar pajak. Semakin tinggi kewajiban moral yang dimiliki seseorang maka kepatuhan dalam memenuhi kewajiban perpajakan seseorang juga akan semakin meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Anik Yustina, Gede Diatmika dan Putra Yasa (2020) menyatakan bahwa Kewajiban Moral berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Serta penelitian yang dilakukan oleh Desthi Dwi Agita dan Asrofi Langgeng (2019) menyatakan Kewajiban Moral berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Sehingga dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Kewajiban Moral berpengaruh positif terhadap Kepatuhan wajib pajak Kendaraan Bermotor.

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Sosialisasi perpajakan sangat penting dilakukan untuk member informasi kepada masyarakat agar masyarakat lebih paham mengenai perpajakan (Atik Widiastini, Luh Supadmi, 2020). Semakin banyak kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh pihak yang berkompeten terhadap wajib pajak, maka pengetahuan mengenai perpajakan akan semakin meningkat sehingga wajib pajak akan lebih mematuhi kewajiban perpajakannya. *Theory of planned behavior* menjelaskan bahwa perilaku yang ditampilkan oleh individu muncul karena adanya niat untuk berperilaku atas obyek tertentu. Wajib Pajak dalam melakukan pemenuhan kewajiban

perpajakannya dipengaruhi oleh niat. Niat yang dimaksud disini dipengaruhi oleh faktor normative belief, dimana ketika akan melakukan sesuatu individu akan memiliki keyakinan tentang harapan normative dari orang lain dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Angelia Oktaviani Bayu Putri dan Endah Nawangsari (2020) serta penelitian oleh Atik widiastini (2020) menyatakan bahwa Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Sehingga dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H₂: Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan dengan sistem administrasi yang efektif oleh instansi perpajakan sehingga wajib pajak akan lebih taat untuk membayar pajak. (Atik Widiastini, Luh Supadmi, 2020). Kualitas pelayanan yang baik akan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. *Theory of planned behavior* menjelaskan bahwa perilaku yang ditampilkan oleh individu muncul karena adanya niat untuk berperilaku atas obyek tertentu. Wajib Pajak dalam melakukan pemenuhan kewajiban perpajakannya dipengaruhi oleh niat. Niat yang dimaksud disini dipengaruhi oleh factor normative belief, dimana ketika akan melakukan sesuatu individu akan memiliki keyakinan tentang harapan normative dari orang lain dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut. Factor ini dikaitkan dengan kualitas pelayanan, apabila pelayanan yang diberikan baik, maka akan mendorong wajib pajak untuk lebih mematuhi kewajiban perpajakannya.

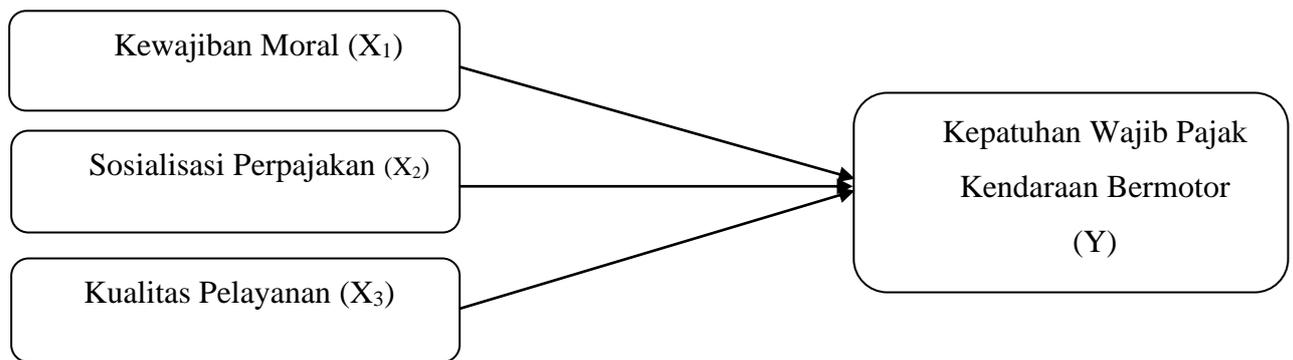
Penelitian yang dilakukan oleh Nurus Sarifah, Sukidin dan Wiwin Hartanto (2020) menunjukkan hasil penelitian bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Sehingga didapat hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

METODE PENELITIAN

Bagian ini memuat rancangan penelitian atau desain penelitian, sasaran dan target penelitian (populasi dan sampel), teknik pengumpulan data, model/kerangka penelitian, dan teknik analisis Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode pendekatan

kuantitatif. Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu Kewajiban Moral, Sosialisasi Perpajakan, dan Kualitas Pelayanan. Dari ketiga variabel tersebut dapat berpengaruh secara positif atau semakin tinggi Kewajiban Moral, Sosialisasi Perpajakan, dan Kualitas Pelayanan maka akan dapat meningkatkan kemauan Wajib Pajak dalam membayar pajak.



Gambar 1. Kerangka berfikir

Sumber: Hasil Analisis

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Y). Kepatuhan Wajib Pajak merupakan tindakan wajib pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku pada suatu Negara (Zakaria Anshori, 2020). Variabel ini diukur dengan indikator: 1) peraturan pajak kendaraan bermotor harus ditaati oleh seluruh wajib pajak, 2) mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas, 3) Wajib Pajak membayar pajak kendaraan bermotor sesuai dengan jumlah yang terdapat pada Surat Tanda Kendaraan Bermotor (STNK), 4) membayar pajak tepat waktu (Ngurah Krisnadeva, Lely Aryani, 2020). Dengan skala likert 1-5 point.

Variabel bebas atau independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2017:39). Yang menjadi variabel independent dalam penelitian ini adalah: Kewajiban moral merupakan moral yang dimiliki individu seperti etika, prinsip hidup serta perasaan bersalah dalam melakukan kewajiban perpajakannya namun tidak semua orang memilikinya (Widi Artha, Ery Setiawan, 2016). Kewajiban moral sangat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Aspek moral dalam perpajakan sangatlah penting untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Variabel ini diukur dengan indikator: 1) melanggar etika, 2) perasaan bersalah, 3) prinsip hidup (Mustikasari, 2007:24). Dengan skala likert 1-5 poin, Sosialisasi Perpajakan merupakan upaya

yang dilakukan untuk memberikan pengertian serta informasi kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak pada khususnya mengenai segala informasi yang berhubungan dengan perpajakan (Vanisa Meifari, 2020). Variabel ini diukur dengan indikator: 1) Penyelenggaraan sosialisasi, 2) media sosialisasi, 3) manfaat sosialisasi (Jannah, Shofuro Zahrotul, 2016). Dengan skala likert 1-5 point. Kualitas Pelayanan merupakan adalah pelayanan yang diberikan dengan sistem administrasi yang efektif oleh instansi perpajakan sehingga wajib pajak akan lebih taat untuk membayar pajak (Sarifah, Sukidin, Wiwin, 2020). Variabel ini diukur dengan indikator: 1) *tangible* (bagian-bagian pelayanan yang bersifat nyata), 2) *reliability* (keterampilan dan kecakapan dalam melayani konsumen, 3) *responsiveness* (kesediaan petugas dalam membantu pelanggan serta memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap), 4) *assurance* (tingkat pengetahuan dan keramah-tamahan yang harus dimiliki petugas selain kemampuan mereka dalam menanamkan kepercayaan kepada pelanggan), 5) *empathy* (kepedulian dan perhatian khusus) (Putra Mahardika, 2015). Dengan skala likert 1-5 point.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pajak yang terdaftar pada kantor bersama Samsat Tabanan yang masih aktif serta merupakan wajib pajak langsung. Adapun jumlah Wajib Pajak yang terdaftar per 17 November tahun 2020 yaitu berjumlah 435.591 Wajib pajak. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling*, dimana subjek yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan subjek tersebut yang ditemui dapat dijadikan sumber data.

Penentuan sampel yang digunakan dapat ditentukan dengan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \dots\dots\dots(1)$$

Perhitungan Sampel:

$$n = \frac{435.591}{(1 + 435.591(0,1)^2)}$$

Keterangan:

- n* : sampel
N : jumlah populasi
e : Nilai Kritis (batas ketelitian, 0,1)

$$n = 99,97$$

dibulatkan menjadi 100

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode survei. Metode survei merupakan cara mengumpulkan data dengan cara peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden baik secara lisan maupun tulisan. Survei dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuisioner kepada responden dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur pendapat seseorang tentang sesuatu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Skala likert

yang digunakan dalam mengukur jawaban: (1) Sangat Setuju (SS), (2) Setuju (S), (3) Netral (N), (4) Tidak Setuju (TS), (5) Sangat Tidak Setuju (STS).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Dimana teknik analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk menguji hipotesis yang dipakai dalam penelitian ini. Pengujian regresi linier berganda diawali dengan uji statistik deskriptif dan dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, yang dilakukan dengan uji kelayakan model (uji F), uji koefisien determinasi (R^2) dan uji hipotesis (uji t). Berikut persamaan regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut (Sugiyono, 2011):

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

- Y : Kepatuhan Wajib Pajak
- a : Konstanta
- b_1, b_2, b_3 : Koefisien Regresi
- x_1 : Kewajiban Moral
- x_2 : Sosialisasi Perpajakan
- x_3 : Kualitas Pelayanan
- e : Error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak kendaraan bermotor yang terdaftar di Kantor Bersama SAMSAT Tabanan dengan jumlah 435.591 wajib pajak. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan langsung kuisisioner kepada responden. Kuisisioner yang disebar sebanyak 100 kuisisioner. Dari 100 kuisisioner yang disebar semuanya dikembalikan dan terisi dengan lengkap. Berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada lampiran, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 65 orang (65%) dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 35 orang (35 %). Responden yang berusia 20-24 tahun berjumlah 21 orang (21%), berusia 25-29 tahun sebanyak 17 orang (17%), berusia 30-34 tahun sebanyak 23 orang (23%), berusia 35-49 tahun sebanyak 25 orang (25%) dan usia 50 tahun keatas sebanyak 14 orang (14%). Responden yang memiliki Pendidikan terakhir SMP sebanyak 5 orang (5%), SMA/SMK sebanyak 50 orang (50%), Diploma sebanyak 15 orang (15 %), S1 sebanyak 30 orang (30%).

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan nilai maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi atas jawaban responden dari tiap-tiap variabel (Ghozali,2016).

Tabel 1 Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kewajiban Moral	100	22.00	30.00	26.4500	2.12904
Sosialisasi Perpajakan	100	21.00	30.00	25.1500	2.06645
Kualitas Pelayanan	100	23.00	35.00	30.2000	3.10750
Kepatuhan Wajib Pajak	100	28.00	40.00	34.7100	3.35537
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Data Diolah 2021

Tabel diatas menjelaskan nilai minimum, maksimum, rata-rata dan standar deviasi Kewajiban Moral, Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan.

Uji validitas dan reliabilitas perlu dilakukan untuk mengetahui apakah setiap pernyataan dalam kuesioner tersebut valid dan reliabel. Instrumen dalam penelitian dapat dikatakan valid jika nilai korelasinya (*Pearson Correlation*) lebih besar dari 0,30 ($>0,30$) dan koefisien keandalannya (*Cronbach Alpha*) lebih besar dari 0,60. Adapun hasil dari analisis dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut

Tabel 2. Uji Validitas dan Reabilitas

Kelompok	Nomor	Validitas	Reliabilitas
----------	-------	-----------	--------------

	Item	Korelasi (r)	Probabilitas (p)	Koefisien Alpha
X ₁	X ₁₁ – X ₁₆	0.733 - 0.679	0.000	0.771
X ₂	X ₂₁ – X ₂₇	0.664 - 0.680	0.000	0.759
X ₃	X ₃₁ – X ₃₇	0.746 – 0.819	0.000	0.785
Y	Y ₁₁ – Y ₁₈	0.731 – 0.708	0.000	0.781

Sumber : Data Diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil seluruh variabel memiliki nilai korelasi lebih daro 0,30 dan koefisien alpha lebih dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen dalam penelitian ini valid dan reliable. Instrumen dalam penelitian ini sudah baik dan dapat dilanjutkan untuk analisis berikutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas dan Multikolinearitas

Variabel	Normalitas	Multikolonearitas	
	(sig. 2 tailed)	Tolerance	VIF
x1		0.854	1.172
x2	0.200	0.605	1.652
x3		0.598	1.672

Sumber : Data Diolah 2021

Suatu variabel dikatakan normal jika nilai signifikasinya $> 0,05$. Berdasarkan Tabel 3 diatas menyatakan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) diperoleh sebesar $0,200 > 0,05$. Jadi dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Berdasarkan tabel 3 diatas nilai *Tolerance*, sebesar 0,854, 0,605, dan 0,598 $> 0,10$ serta nilai *VIF* masing-masing sebesar 1,172, 1,652, dan 1,672 < 10 , maka dapat disimpulkan dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas

Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dengan grafik plot (*scatterplot*) dimana penyebaran titik-titik ditimbulkan terbentuk secara acak, tidak membentuk sebuah pola yang teratur serta arah penyebarannya berada diatas ataupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, dengan demikian berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada regresi ini, sehingga model regresi layak dipakai. Berdasarkan tabel 4. Diatas dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga pada regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi ini dapat dikatakan baik.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Tabulasi Output SPSS

Variabel	Standardized Beta	T-Hitung	(sig.)	Keterangan
Konstanta	7.815	1.803	0.075	
Kewajiban Moral	0.396	4.280	0.000	Signifikan
Sosialisasi Perpajakan	0.136	1.243	0.217	Tidak Signifikan
Kualitas Pelayanan	0.148	1.339	0.184	Tidak Signifikan
Adjusted R Square	0.277			
F Statistik	13.673			
Probabilitas (p-value)	0.000			
Variabel Dependen	Kepatuhan Wajib Pajak			

Sumber : Data Diolah 2021

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda pada table 4.5 Maka dapat dibuat model regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 7,815 + 0,396X_1 + 0,136X_2 + 0,148X_3 + e$$

Uji Koefisien Determinasi dapat dilihat bahwa nilai dari Adjusted R Square sebesar 0,277 sehingga dapat diperoleh persentase kontribusi dari kewajiban moral, sosialisasi perpajakan dan

kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak sebesar 27,7% sedangkan sisanya sebesar 72,3 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil uji F menunjukkan nilai F. hitung sebesar 13,673 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel kewajiban moral, sosialisasi perpajakan, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap variabel kepatuhan wajib pajak.

Hasil Uji Parsial (Uji t) Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh hasil dari uji t sebagai berikut: Variabel kewajiban moral memiliki koefisien positif sebesar 0,396 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya Kewajiban moral memiliki pengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Hipotesis 1 dalam penelitian ini diterima, Variabel sosialisasi perpajakan memiliki koefisien positif sebesar 0,136 dengan nilai signifikansi sebesar $0,217 > 0,05$ yang artinya Sosialisasi Perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Hipotesis 2 dalam penelitian ini ditolak, Variabel kualitas pelayanan memiliki koefisien positif sebesar 0,148 dengan nilai signifikansi sebesar $0,184 > 0,05$ yang artinya Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Hipotesis 3 dalam penelitian ini ditolak.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis pada Tabel Tabulasi didapat nilai koefisien parameter sebesar 0,396 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang menyatakan hipotesis 1 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa Kewajiban Moral berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Semakin tinggi Kewajiban Moral yang dimiliki seseorang maka Kepatuhan Wajib Pajak akan semakin meningkat. Teori atribusi menjelaskan bahwa perilaku seseorang dapat ditentukan oleh faktor internal maupun eksternal. Perilaku yang disebabkan oleh faktor internal biasanya muncul dari dalam diri individu itu sendiri. Kewajiban moral merupakan faktor yang timbul dari dalam individu itu sendiri atau dapat dikatakan sebagai faktor internal yang mempengaruhi perilaku seseorang untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Apabila kewajiban moral yang dimiliki seseorang tinggi maka perilaku seseorang dalam memenuhi kewajiban perpajakannya akan semakin baik serta kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Luh Anik Yustika, Gede Diatmika dan Nyoman Putra Yasa (2020) yang menunjukkan bahwa kewajiban moral berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis pada Tabel Tabulasi didapat nilai koefisien parameter sebesar 0,136 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,217 > 0,05$ yang menyatakan hipotesis 2 ditolak. Hasil ini menyatakan bahwa secara parsial sosialisasi perpajakan berpengaruh positif tapi tidak signifikan. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Berdasarkan *theory of planned behavior* sosialisasi perpajakan merupakan faktor *normative belief*, sosialisasi dapat memberikan informasi kepada wajib pajak mengenai perpajakan sehingga dapat memotivasi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Namun semakin baik sosialisasi yang diberikan tidak serta merta diikuti dengan meningkatnya kepatuhan wajib pajak. Apabila dari dalam diri wajib pajak sudah menyadari bahwa memenuhi kewajiban perpajakan merupakan hal yang penting serta prinsip moral dari wajib pajak sudah baik maka wajib pajak akan menganggap bahwa pajak merupakan kewajiban positif yang harus selalu dipenuhi tanpa melihat bagaimana sosialisasi yang diberikan. Begitupun sebaliknya, apabila wajib pajak masih menganggap membayar pajak merupakan hal yang tidak penting dan tidak perlu dilakukan, sebaik apapun sosialisasi yang diberikan tidak akan mempengaruhi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Terbukti masih banyak wajib pajak yang mengikuti sosialisasi hanya sebagai formalitas saja tanpa melakukan atau mempraktekan apa yang telah didapat pada saat sosialisasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hairul Amri dan Diah Intan Syahfitri (2020) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis pada Tabel Tabulasi didapat nilai koefisien parameter sebesar 0,148 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,184 > 0,05$ yang menyatakan hipotesis 3 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif tapi tidak signifikan. Kualitas pelayanan tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Berdasarkan *theory of planned behavior*, kualitas pelayanan merupakan faktor *normative belief*. Kualitas pelayanan yang baik dapat mendorong wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Dilihat dari hasil jawaban responden, kualitas pelayanan yang diberikan oleh kantor samsat sudah baik dan sudah sesuai dengan standar layanan prima. Namun kualitas pelayanan yang baik belum tentu dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Apabila dari dalam diri wajib pajak sudah menyadari bahwa memenuhi kewajiban perpajakan merupakan hal yang penting serta prinsip moral dari wajib pajak sudah baik maka wajib pajak akan menganggap bahwa pajak merupakan kewajiban positif yang harus selalu dipenuhi tanpa melihat bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan. Begitupun sebaliknya, apabila wajib pajak masih menganggap

membayar pajak merupakan hal yang tidak penting dan tidak perlu dilakukan, sebaik apapun pelayanan yang diberikan tidak akan mempengaruhi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Winerungan (2013) yang menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis, maka simpulan yang dapat diambil :

1. Kewajiban moral berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kewajiban moral maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat.
2. Sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh. Hal ini berarti semakin baik sosialisasi yang dilakukan tidak serta merta dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak.
3. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan tidak serta merta dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan diatas, adapun saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama dikarenakan faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam penelitian ini hanya 27,7 % sedangkan sisanya 72,3 % dipengaruhi oleh faktor lain, sebaiknya peneliti selanjutnya perlu melakukan pengkajian mengenai faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dengan mempertimbangkan faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Serta jumlah sampel yang digunakan sebaiknya diperbesar agar lebih mewakili populasi yang ada.
2. Bagi Kantor Samsat Tabanan sebaiknya tetap mempertahankan kualitas pelayanan atau bahkan meningkatkan standar pelayanan serta tetap melakukan sosialisasi serta penyuluhan agar masyarakat dapat memahami pentingnya pajak sehingga kesadaran masyarakat mengenai pajak akan semakin baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek. 1991. *Theory of Planed Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Volume 5(2)
- Anik Yustina, Diatmika, Putra Yasa;. (2020). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Kewajiban Moral dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Paajak Kendaraan Bermotor . *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha, Vol:1*, 138-145.
- Atik Widiastini, Luh Supadmi. (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak , Sanksi, Kualitas Pelayanan dan Sosialisasi pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *E-JA e Juornal Akuntansi e-ISSN 2302-8556 Vol. 30 No.7*, 1645-1657.
- Bisnisbali.com. (2020). Tunggakan Pajak Kendaraan Bermotor di Tabanan Tembus Rp 8 M. Retrieved From : <http://bisnisbali.com/tunggakan-pajak-kendaraan-di-tabanan-tembus-rp-8-m/>.
- Desthi Dwi , Asrofi Lenggeng. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kewajiban Moral, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hotel Di Kota Tegal. *Jurnal MONEX Volume 9 Nomor 2Bulan Juli*, 169-177.Dewi Puspawati. (2019, Agustus senin).
- Bali Post*. Retrieved from balipost.com:https://www.balipost.com/news/2019/08/26/85171/Di-Tabanan,12.638-Wajib-Pajak-Belum-Bayar-Pajak_Kendaraan-html
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heider, Fritz. 1958. *The Psychology of Interpersonal Relations*, New York: Wiley.
- Jannah, Shofuro Zahrotul. (2016). Pengaruh Pengetahuan, Penghasilan, dan Sosialisasi Terhadap Kepatuhan Pemilik UMKM dala memiliki NPWP (Studi di KPP Pratama Surakarta). *Skripsi, Jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Made Intan, Komang Adi. (2019). Pengaruh Norma Subjektif Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hotel dan Restoran. *Jurnal KRISNA : Kumpulan Riset Akuntansi; Vol. 11, No. 1 Juni*, 13-25.
- Mustikasari. 2007. *Kajian Empiris Tentang Keatuhan Wajib Pajak Badan di Perusahaan Industri Pengolahan di Surabaya*. Simposium Nasional Akuntansi X:1-42

- Ngurah Krisnadeva, Lely Aryani. (2020). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Denpasar. *E-JA e-Jurnal Akuntansi*. Vol. 30, No. 6, 1425-1440.
- Putra Mahardika . 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Sikap Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Singaraja. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE) Vol. 5 No. 1*
- Restu Wardhani, Daljono. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Terhadap kepatuhan Wajib Pajak Badan. *Diponegoro Jurnal Of Accounting Vol 9, No 4, 1-9*.
- Robbins dan Judge. 2008. "Perilaku Organisasi. Jakarta : Selemba Empat.
- Sarifah, Sukidin, Wiwin. (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Lima Tahunan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial Vol 14 No 2, 352-356*.
- Sherly, Putu Ery. (2014). Pengaruh Kewajiban Moral, Kualitas pelayanan, Pemeriksaan Pajak dan sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Badan. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayanan 9.2, 540-556*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Vanisa Meifari. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Dengan Sosialisasi Perpajakan Ssebagai Variabel Moderating. *Jurnal Economic Accounting , Scientific (Cash), Vol. 1, No. 1, 39-51*.
- Widi Artha, Ery Setiawan. (2016). Pengaruh Kewajiban Moral, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Di KPP Badung Utara. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.17.2 November, 913-937*.
- Winerungan, O. L. (2013). Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan WPOP Di KPP Manado dan KPP Bitung. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (EMBA), 1(3), 960-970*.
- Zakaria Anshori. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *Media Mahardika Vol. 19 No. 1 September , 130-142*