

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

Dalam memahami pengaruh digitalisasi layanan Samsat, kualitas pelayanan, serta informasi perpajakan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor, diperlukan acuan dari beberapa teori yang dapat dijadikan dasar pemikiran dan kerangka dalam menganalisis permasalahan tersebut.

2.1.1 Teori Kualitas Layanan (*Service Quality Theory*)

Teori Kualitas Layanan (*Service Quality Theory*) dengan model SERVQUAL dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1985 dan diperbarui pada 1988. Model ini mencakup lima dimensi utama kualitas layanan: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Dalam konteks layanan SAMSAT, kualitas pelayanan berfokus pada kemampuan sistem digital dalam memberikan informasi yang akurat dan respons cepat terhadap kebutuhan wajib pajak. Layanan yang berkualitas dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong kepatuhan wajib pajak. Dengan mengevaluasi dimensi-dimensi ini, pemerintah dapat memperbaiki kekuatan dan kelemahan dalam layanan digital SAMSAT, memastikan peningkatan berkelanjutan, dan mengurangi hambatan dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor (Nasihah, 2020; Mardiasmo, 2018).

Kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat menciptakan pengalaman yang nyaman dan terpercaya bagi wajib pajak. Hal ini penting karena kepuasan pengguna sering kali berhubungan langsung dengan kepatuhan mereka dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan di lembaga pengelola pajak seperti SAMSAT dapat berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak (Ahmad Imanuddin et al., 2018). Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk terus melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

2.1.2 Teori Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model – TAM)

Teori Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model - TAM) yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989 menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi baru, dengan fokus pada dua variabel utama: *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Dalam konteks digitalisasi layanan SAMSAT, persepsi wajib pajak terhadap manfaat teknologi, seperti efisiensi waktu dan kemudahan akses, akan memengaruhi keputusan mereka untuk mengadopsi layanan digital tersebut (Davis, 1989; Pradnya Utami & Kurniawan, 2020).

Dengan memahami variabel-variabel ini, pemerintah dapat merancang strategi efektif untuk meningkatkan adopsi layanan digital. Penelitian menunjukkan bahwa semakin positif persepsi wajib pajak terhadap kemudahan dan manfaat sistem digital, semakin besar kemungkinan mereka menggunakannya, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepatuhan (Venkatesh & Davis, 2000; Anggraini & Pravitasari, 2022). Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk menyediakan

pelatihan dan sosialisasi agar masyarakat lebih percaya diri menggunakan layanan digital.

2.1.3 Kepatuhan Pajak

Kepatuhan pajak adalah perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai peraturan. Menurut Agustine & Pangaribuan (2022), wajib pajak dianggap patuh jika membayar pajak tepat waktu. Dalam sistem *Self Assessment*, wajib pajak bertanggung jawab untuk menghitung, membayar, dan melaporkan pajak tahunan secara mandiri, termasuk menyampaikan rincian pendapatan mereka.

Terdapat dua jenis kepatuhan pajak, yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan material:

- Kepatuhan formal berarti wajib pajak mematuhi seluruh persyaratan administrasi perpajakan, termasuk mengajukan dan membayar pajak secara tepat waktu.
- Kepatuhan substansial berarti memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan sifat atau isi sistem perpajakan, seperti jumlah pajak yang dibayarkan sesuai dengan penghasilan Wajib Pajak dan Barang Kena Pajak.

Jotopurnomo dan Mangoting (2021) membedakan kepatuhan pajak menjadi dua kategori: kepatuhan sukarela dan terpaksa. Kepatuhan sukarela terjadi ketika wajib pajak memenuhi kewajibannya dengan kesadaran dan kemauan sendiri, sementara kepatuhan terpaksa terjadi karena adanya sanksi atau tindakan hukum

dari otoritas pajak. Pemahaman ini penting untuk penerapan kebijakan perpajakan yang mendukung penerimaan negara dan pembangunan nasional.

2.1.4 Digitalisasi Layanan Publik

Digitalisasi layanan publik adalah penerapan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan partisipasi masyarakat dalam pemerintahan. Teori ini menekankan beberapa aspek kunci dalam proses digitalisasi, antara lain:

1. Transformasi Administrasi Publik: Digitalisasi meningkatkan efisiensi layanan dengan mempercepat proses dan mengurangi birokrasi, serta meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat (Maryanah et al., 2024).
2. Interaksi dengan Masyarakat: Mempermudah akses informasi dan meningkatkan partisipasi publik dalam pengambilan keputusan, menciptakan interaksi langsung antara masyarakat dan pemerintah (Mannayong et al., 2024).
3. Peningkatan Aksesibilitas: Digitalisasi meningkatkan akses informasi dan layanan, terutama bagi kelompok terpinggirkan, sehingga menciptakan lingkungan lebih inklusif (Nurlaila et al., 2024).
4. Efisiensi dan Efektivitas: Digitalisasi menyederhanakan prosedur dan mengurangi biaya operasional, namun keberhasilannya bergantung pada literasi digital dan infrastruktur yang memadai (Irfan B., 2024)

5. Evaluasi dan Umpan Balik: Evaluasi kualitas layanan e-Government penting untuk meningkatkan kepuasan pengguna, dengan umpan balik berperan dalam perbaikan berkelanjutan (Syuaib et al., 2023).

Teori ini menjelaskan bagaimana teknologi dapat meningkatkan kualitas layanan dan interaksi antara pemerintah dan masyarakat. Masyarakat yang memahami manfaat layanan digital akan lebih termotivasi untuk menggunakannya. Namun, tidak semua masyarakat segera mengadopsi layanan digital, sehingga sosialisasi dan edukasi terus-menerus penting untuk memastikan adopsi yang lebih luas dan efektif.

2.1.5 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja pelayanan yang diberikan. Menurut penelitian Mahmood et al., (2018) "Relationship between Service Quality, Customer Loyalty and Customer Satisfaction", terdapat beberapa dimensi utama dalam kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

1. *Reliability*: Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
2. *Responsiveness*: Kesiediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat.
3. *Assurance*: Pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan dalam memberikan rasa percaya kepada pelanggan.
4. *Empathy*: Kepedulian dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan.

5. *Tangibles*: Fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan staf yang memadai.

Dalam konteks Samsat, kualitas pelayanan yang baik, baik secara manual maupun digital, dapat meningkatkan kepuasan wajib pajak, yang pada akhirnya mendorong kepatuhan dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor.

2.1.6 Informasi Perpajakan

Informasi perpajakan yang disediakan oleh otoritas pajak bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap kewajiban perpajakan. Sosialisasi yang dilakukan melalui media digital seperti aplikasi e-Samsat atau portal pajak terbukti efektif dalam memberikan akses informasi yang transparan dan sistematis, sehingga dapat meminimalkan kesalahpahaman serta mendorong kepatuhan wajib pajak secara tepat waktu (Hamilah, 2023).

2.1.7 PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh digitalisasi layanan Samsat, kualitas pelayanan, dan informasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Semarang. Fokusnya adalah mengeksplorasi bagaimana ketiga faktor tersebut dapat meningkatkan kesadaran dan kepatuhan, serta memberikan kontribusi bagi perbaikan sistem administrasi perpajakan daerah dan pengembangan kebijakan yang lebih efektif ke depannya.

Ledi Angreni Tapun dan Anggun Permata Husda (2024) meneliti pengaruh e-SAMSAT, kualitas pelayanan pajak, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan pajak kendaraan di Kota Batam. Hasil penelitian kuantitatif mereka menunjukkan

bahwa ketiga faktor tersebut berpengaruh signifikan. E-SAMSAT memudahkan pembayaran melalui teknologi, pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan, dan sanksi memberi efek jera, sehingga ketiganya mendorong kepatuhan wajib pajak.

Puspanita, I., Machfuzhoh, A., & Pratiwi, R. (2020) meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Cilegon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan fiskus dan online berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan; semakin baik pelayanannya, semakin tinggi kepatuhan wajib pajak. Data diperoleh dari UMKM setempat dan dianalisis menggunakan uji asumsi klasik.

Dewi, I. G. A. M. R., & Laksmi, K. W. P. (2019) meneliti efektivitas e-SAMSAT, pajak progresif, dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak di UPT Bapenda Bali Kota Denpasar. Hasilnya menunjukkan ketiga faktor tersebut meningkatkan kepatuhan, terlihat dari kenaikan pendapatan pajak hingga 84,41% pada 2018, dengan pendekatan deskriptif kualitatif.

Suriyani, BB., La Ode Agus Said, dan Astriana Syaqira (2024) meneliti digitalisasi layanan e-SAMSAT di Kabupaten Muna. Penelitian kualitatif ini menemukan bahwa e-SAMSAT mempermudah pembayaran pajak secara efisien dan transparan, tetapi belum meningkatkan kepatuhan wajib pajak secara signifikan karena kurangnya sosialisasi, prosedur yang rumit, serta modernisasi yang belum optimal.

Siti Khodijah, Harry Barli, dan Wiwit Irawati (2021) meneliti pengaruh pemahaman peraturan perpajakan, kualitas layanan fiskus, tarif pajak, dan sanksi

terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Kebayoran Baru Tiga. Dengan metode kuantitatif dan 100 responden, hasilnya menunjukkan bahwa pemahaman peraturan dan kualitas layanan berpengaruh positif, sementara tarif dan sanksi tidak berpengaruh signifikan.

Lestari, N., & Pramudito, A. (2022) mengkaji Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Digitalisasi Layanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di SAMSAT Kota Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dan digitalisasi layanan berkontribusi pada peningkatan kepatuhan wajib pajak.

Oktavianingrum, D., Surya, R. T., & Apriliawati, Y. (2020) meneliti pengaruh E-Samsat Jabar terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Samsat Kota Bandung I Pajajaran. Hasilnya menunjukkan bahwa kemudahan akses dan transparansi sistem E-Samsat berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kepatuhan.

Kussuari dan Boenjamin (2019) meneliti pengaruh kebijakan pengampunan pajak dan modernisasi sistem informasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modernisasi sistem seperti e-filing dan e-SPT berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sementara e-billing tidak berpengaruh signifikan. Data diperoleh dari wajib pajak orang pribadi dan dianalisis menggunakan metode statistik untuk melihat hubungan antar variabel tersebut.

Tabel 2. 1
Ringkasan Hasil Penelitian

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil
1.	Ledi, A. T., & Anggun, P. H. (2024)	Digitalisasi Layanan SAMSAT (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Digitalisasi layanan, kualitas pelayanan, dan sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak melalui kemudahan teknologi, kepuasan layanan, dan efek jera.
2.	Puspanita, I., Machfuzhoh, A., & Pratiwi, R. (2020)	Kualitas Pelayanan (X1), Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Kualitas pelayanan fiskus dan pelayanan online berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Semakin tinggi kualitas layanan, semakin tinggi kepatuhan wajib pajak UMKM.
3.	Dewi, I. G. A. M. R., & Laksmi, K. W. P. (2019)	Digitalisasi Layanan SAMSAT (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	e-SAMSAT, pajak progresif, dan kualitas pelayanan mampu meningkatkan kepatuhan, terlihat dari peningkatan pendapatan pajak sebesar 84,41% pada 2018.
4.	Suriyani, BB., La Ode Agus Said, dan Astriana Syaqira (2024)	Digitalisasi Layanan SAMSAT (X1), Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	e-SAMSAT mempermudah pembayaran, namun belum meningkatkan kepatuhan karena sosialisasi kurang dan prosedur masih rumit.
5.	Siti Khodijah, Harry Barli, dan Wiwit	Informasi Perpajakan (X1),	Pemahaman Informasi peraturan dan kualitas layanan fiskus

	Irawati (2021)	Kualitas Pelayanan (X2), Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	berpengaruh positif terhadap kepatuhan. Tarif pajak dan sanksi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.
6.	Lestari, N., & Pramudito, A. (2022)	Kualitas Pelayanan (X1), Digitalisasi Layanan (X2), Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Kualitas pelayanan yang baik dan digitalisasi layanan berkontribusi pada peningkatan kepatuhan wajib pajak.
7.	Oktavianingrum, D., Surya, R. T., & Apriliawati, Y. (2020)	Sistem Informasi Online E-Samsat (X), Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Penerapan sistem informasi online E-Samsat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.
8.	Kussuari dan Boenjamin (2019)	Informasi Perpajakan (X1), Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Modernisasi sistem seperti e-filing dan e-SPT berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan e-billing tidak berpengaruh signifikan.

Sumber: Data Diolah (2025)

2.2 KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran ini mencakup seluruh kegiatan penelitian dari tahap awal hingga tahap akhir yang merupakan satu kesatuan kerangka pemikiran yang digunakan untuk menemukan jawaban ilmiah terhadap penelitian yang dilakukan. Penelitian ini berfokus pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor, dengan tujuan untuk mengetahui dampak digitalisasi layanan

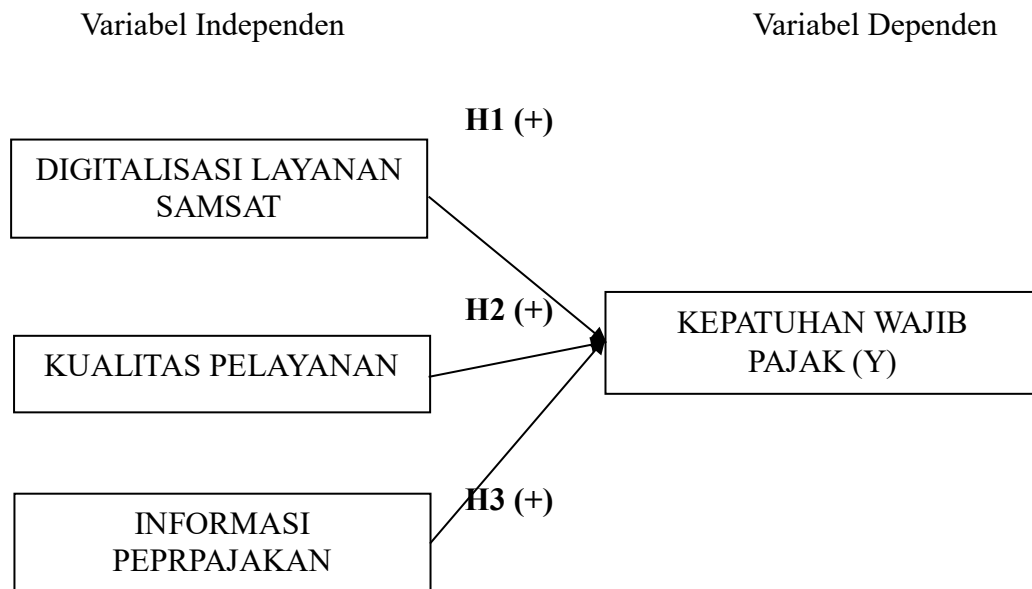
Samsat, kualitas pelayanan, dan informasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kepatuhan wajib pajak dapat didefinisikan sebagai kesadaran dan tindakan aktif dalam memenuhi kewajiban perpajakan sesuai peraturan. Dalam hal ini, digitalisasi layanan Samsat berperan penting untuk meningkatkan akses dan pemahaman wajib pajak melalui teknologi informasi, seperti e-Samsat dan portal online. Digitalisasi ini memungkinkan pemerintah menjangkau wajib pajak lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan kepatuhan pembayaran pajak.

Kualitas pelayanan yang baik, meliputi keandalan, responsivitas, dan empati, dapat meningkatkan kepuasan wajib pajak dan mendorong mereka untuk memenuhi kewajiban pajak. Semakin baik pelayanan, semakin besar kemungkinan kepatuhan. Selain itu, informasi perpajakan yang jelas dan mudah diakses membantu wajib pajak memahami hak dan kewajiban mereka, meningkatkan kepatuhan pajak.

Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji bagaimana ketiga faktor tersebut digitalisasi layanan Samsat, kualitas pelayanan, dan informasi perpajakan berinteraksi dan mempengaruhi kepatuhan pajak wajib pajak. Berdasarkan penjelasan di atas, maka ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

2.3 HPOTESIS

2.3.1 Pengaruh Digitalisasi Layanan Samsat terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor

Penerapan digitalisasi layanan Samsat melalui e-SAMSAT memudahkan wajib pajak membayar pajak kendaraan secara online, seperti melalui e-banking atau ATM. Penelitian oleh Alting et al. (2024) menunjukkan e-SAMSAT berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, meski tunggakan pajak masih tinggi. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan edukasi dan perluasan jangkauan sistem agar dampaknya lebih signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Teori Penerimaan Teknologi (TAM) menjelaskan pengaruh digitalisasi layanan Samsat terhadap kepatuhan wajib pajak, dengan dua faktor utama: *perceived usefulness* (manfaat) dan *perceived ease of use* (kemudahan

penggunaan). Dalam e-SAMSAT, persepsi wajib pajak tentang kemudahan akses dan manfaat, seperti penghematan waktu dan transparansi, memengaruhi niat mereka untuk menggunakan layanan. Jika kedua faktor ini terpenuhi, penerimaan teknologi meningkat dan mendorong kepatuhan pajak. Namun, jika salah satu faktor kurang, efektivitas digitalisasi terbatas.

H1: Digitalisasi layanan Samsat berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor.

2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor

Kualitas pelayanan di Kantor UPPT SAMSAT berperan penting dalam meningkatkan kepatuhan pajak kendaraan bermotor. Menurut Hidayat & Maulana (2022), pelayanan yang cepat, tepat, ramah, dan mudah diakses berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pelayanan berkualitas dapat membangun kepercayaan masyarakat, meskipun masih ada kendala seperti persepsi negatif, kurangnya informasi, dan keterbatasan sumber daya. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan perlu mencakup sistem dan kemampuan petugas untuk memberikan layanan responsif dan profesional, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepatuhan pajak dan penerimaan pajak daerah.

Teori Kualitas Pelayanan (Service Quality Theory) oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak. Teori ini mencakup lima dimensi: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Dalam layanan pembayaran pajak kendaraan,

keandalan tercermin dari ketepatan informasi dan kemudahan akses elektronik, sementara daya tanggap dan empati terlihat dari kesediaan petugas membantu wajib pajak. Ketika kualitas pelayanan sesuai harapan, wajib pajak cenderung lebih patuh, sedangkan kualitas pelayanan rendah dapat menghambat kepatuhan, meskipun sistem elektronik telah diterapkan.

H2: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor.

2.3.3 Pengaruh Informasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor

Informasi perpajakan yang jelas, transparan, dan mudah diakses berperan penting dalam meningkatkan pemahaman wajib pajak mengenai kewajiban mereka. Informasi yang akurat dapat mengurangi kesalahpahaman dan ketidakpastian, mendorong wajib pajak untuk lebih patuh. Teori Informasi Asimetri menyebutkan bahwa pengurangan ketidakpastian informasi meningkatkan kepatuhan pajak.

Selain itu, tingkat pengetahuan wajib pajak tentang perpajakan, termasuk hak dan kewajiban mereka, sangat memengaruhi kepatuhan. Penelitian (Edwin & Mardalena, 2019) menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan yang memadai dapat meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab membayar pajak kendaraan bermotor. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh informasi perpajakan dan pengetahuan wajib pajak terhadap kepatuhan, serta interaksinya dalam meningkatkan kepatuhan pajak.

Teori Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model - TAM*) dan Teori Kualitas Pelayanan (*Service Quality Theory*) membantu memahami pengaruh informasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Persepsi wajib pajak terhadap kemudahan akses dan manfaat sistem informasi online, seperti e-SAMSAT, mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan sistem tersebut. Semakin mudah mengakses informasi dan memahami kewajiban, semakin tinggi kemungkinan mereka untuk mematuhi kewajiban pajak.

H3: Informasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor.