BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1. Teori Atribusi

Untuk menjelaskan perilaku individu saat membuat keputusan, penelitian ini menggunakan Teori Atribusi. Fritz Heider adalah orang pertama yang membuat teori atribusi melalui karyanya *The Psychology of Interpersonal Relations* (Heider, 1958), yang mengatakan bahwa sikap seseorang dipengaruhi oleh penilaian atau atribusi terhadap penyebab suatu peristiwa, baik dari aspek eksternal maupun internal (Malle, 2022). Aspek internal berhubungan dengan karakteristik seseorang, seperti motivasi, persepsi, dan sikap, sementara faktor eksternal berhubungan dengan kondisi lingkungan yang mempengaruhi perilaku seseorang (Heider, 1958). Di sisi lain, faktor eksternal yakni penyebab yang mempunyai asal dari lingkungan di luar individu, misalnya lingkungan sosial, peraturan, pengawasan, sosialisasi, dan sanksi. Teori atribusi (Kelley, 1972) menggambarkan bahwa proses penentuan penyebab perilaku individu didasarkan pada tiga prinsip kognitif. Pertama, kekhususan mencermati apakah perilaku terjadi secara konsisten di berbagai konteks atau hanya dalam situasi tertentu. Kedua, konsensus melihat apakah respons yang sama juga ditampilkan oleh individu lain dalam

situasi yang identik. Ketiga, konsistensi mengevaluasi stabilitas perilaku individu tersebut sepanjang waktu ketika menghadapi stimulus yang serupa.

Dalam konteks perpajakan, Teori Atribusi menjelaskan bahwa kepatuhan wajib pajak tidak muncul secara kebetulan, melainkan dipengaruhi oleh kombinasi antara kondisi internal wajib pajak dan dorongan eksternal dari pemerintah (Heider, 1958). Teori Atribusi relevan dipakai di kajian ini sebab variabel-variabel yang diteliti dapat diklasifikasikan secara jelas ke dalam faktor atribusi internal dan atribusi eksternal. Literasi perpajakan dan motivasi usaha merupakan atribusi internal karena berasal dari kondisi kognitif serta dorongan pribadi pelaku usaha. Sebaliknya, sosialisasi perpajakan serta sanksi perpajakan termasuk dalam atribusi eksternal sebab mempunyai asal dari upaya pemerintah serta lingkungan regulasi yang berlaku.

2.1.2. Definisi Pajak

Pajak ialah iuran wajib yang dikenakan pada individu atau badan usaha sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang diberlakukan (Mardiasmo, 2023). Ini memiliki sifat memaksa dan tidak memberikan imbalan langsung kepada pihak yang bertanggung jawab pajak. Menurut Mardiasmo (2019), pajak membantu negara membiayai berbagai kebutuhan untuk meningkatkan kesehatan masyarakat. Pajak menjadi alat penting

dalam sistem keuangan negara. Pajak dilihat dari sudut pandang kebijakan fiskal sebagai alat untuk mengumpulkan uang dan juga sebagai cara pemerintah untuk mengubah perilaku ekonomi masyarakat. Pemerintah dapat mendorong investasi atau konsumsi di sektor strategis dengan menggunakan kebijakan seperti insentif atau disinsentif pajak (Suparmoko, 2018). Pengertian tersebut mencakup beberapa aspek penting, yakni pajak merupakan pembayaran yang diharuskan oleh undang-undang, tidak memberikan imbalan secara langsung kepada para pembayar pajak, serta digunakan untuk kepentingan masyarakat (Mardiasmo, 2023).

Secara teoritis, pajak menjalankan dua fungsi utama, fungsi *budgetair* dan fungsi *regulerend* (Mardiasmo, 2023). Fungsi *budgetair* menunjukkan bahwa sebagai salah satu sumber pemasukan negara yang digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah, pajak juga dapat digunakan sebagai sarana untuk mengatur aktivitas ekonomi dan sosial masyarakat (Waluyo, 2017).

2.1.3. Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Pendapatan Asli Daerah (PAD) yakni penghasilan yang didapat oleh suatu daerah merujuk kepada ketetapan daerah sejalan dengan undang-undang yang berlaku. PAD merupakan tolok ukur yang signifikan untuk menilai kemandirian finansial suatu daerah dalam memenuhi biaya pengelolaan dan pembangunan (Sari *et al*., 2025). Pendapatan Asli Daerah melingkupi pajak yang

dikenakan oleh daerah, berbagai pungutan dari daerah, pendapatan hasil pengelolaan Aset Terpisah milik Pemerintah Daerah, serta sumber-sumber sah lainnya yang menyumbang pada PAD (Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022, Pasal 1 angka 20).

Pajak daerah merupakan kontributor utama PAD di sebagian besar kabupaten/kota di Indonesia (Iryanie, 2018). Semakin besar sumbangan pajak daerah kepada PAD, maka semakin tinggi tingkat kemandirian fiskal daerah itu. Maka karenanya, optimalisasi penerimaan pajak daerah, termasuk pajak restoran, menjadi prioritas untuk pemerintah daerah dalam rangka meningkatkan kemandirian fiskal serta mendukung pembangunan daerah. Di Kota Semarang, pajak restoran merupakan salah satu jenis pajak daerah yang berpengaruh signifikan terhadap PAD, seiring tingginya potensi sektor kuliner yang berkembang di kota tersebut (Yuliastuti & Muid, 2025).

2.1.4. Pajak Restoran

Pada awalnya, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah mengatur pajak restoran sebagai pos terpisah. Namun, sejak UU HKPD diberlakukan, aturan ini digabungkan ke dalam PBJT atas Makanan dan Minuman. Restoran adalah tempat yang menawarkan pelayanan makanan dan minuman dengan biaya. Cakupannya cukup luas, mencakup warung, rumah makan, kafe, bar, hingga kantin. Ini juga

mencakup bisnis lain yang serupa, seperti restoran atau katering, serta bisnis tata boga. Dalam hal objek PBJT makanan dan minuman, restoran harus menjalankan penjualan dan penyajian makanan dan minuman selama restoran tersebut menyediakan paling tidak satu fasilitas pendukung, seperti meja, kursi, atau peralatan untuk makan dan minum.

Menurut Pasal 58 ayat (2) UU HKPD, tarif PBJT atas Makanan dan/atau Minuman tidak boleh lebih dari 10% dari total pembayaran restoran, termasuk pembayaran yang seharusnya. Penghitungan didasarkan pada total pembayaran kepada penyedia makanan dan minuman. Namun, ada pengecualian dari pajak ini untuk beberapa kegiatan otomatis. Penyerahan makanan dan minuman yang omzet usahanya masih di bawah ambang batas tertentu ditetapkan dalam peraturan daerah tidak tergolong sebagai objek pajak. Pengecualian serupa juga berlaku untuk toko swalayan yang tidak berfokus pada penjualan makanan; industri dan pabrik yang mengolah makanan; dan pengelola *lounge* di bandara.

2.1.5. Kepatuhan Wajib Pajak

Mangoting (2018) mengemukakan bahwasanya kepatuhan pajak yakni kesanggupan dan kesediaan dari wajib pajak guna mengikuti peraturan perpajakan, melaporkan pendapatannya dengan akurat setiap tahun, serta membayar pajak yang harus dibayarkan secara lengkap serta tepat waktu. Kepatuhan wajib pajak terdiri dari

kepatuhan formal, yaitu pemenuhan kewajiban perpajakan sesuai ketentuan administratif seperti menyampaikan SPTPD tepat waktu dan membayar pajak sesuai ketetapan, serta kepatuhan material, yaitu pengisian dan pelaporan pajak secara benar dan jujur sesuai keadaan sebenarnya.

Dalam konteks pajak restoran, kepatuhan wajib pajak mencakup kewajiban menghitung pajak terutang berdasarkan jumlah pembayaran yang diterima dari konsumen, menyetorkan pajak yang telah dipungut kepada Bapenda, dan melaporkan SPTPD secara tepat waktu dan akurat. Berdasarkan Teori Atribusi, kepatuhan terpengaruh oleh kombinasi faktor internal serta eksternal.

2.1.6. Literasi Perpajakan

Literasi perpajakan merupakan fondasi utama bagi wajib pajak dalam memahami hak dan kewajiban mereka terhadap negara (Rahayu & Budiasih, 2022). Bornman & Wassermann (2018) mendefinisikan literasi pajak sebagai suatu proses pengembangan yang bersifat dinamis yang berkaitan dengan kemampuan serta kepercayaan diri individu dalam mengenali dan memahami berbagai faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan di bidang perpajakan. Hal ini mencakup pemahaman mendalam mengenai konsekuensi perpajakan dari setiap keputusan yang diambil oleh wajib pajak. Literasi perpajakan tidak sekadar berkaitan dengan

wawasan teoritis mengenai pajak, namun juga mencakup kemampuan praktis untuk menghitung, menyetor, serta melaporkan pajak secara benar (Herawati dkk., 2022).

Pada wajib pajak restoran, literasi perpajakan dapat terlihat dari pemahaman mengenai tarif pajak, objek pajak, dasar pengenaan pajak, prosedur pengisian SPTPD, batas waktu penyetoran dan pelaporan, serta perbedaan antara pajak yang dipungut dari konsumen dengan pendapatan usaha itu sendiri. Lebih lanjut, literasi perpajakan bukan sekadar penguasaan teori, melainkan kemampuan untuk menggunakan pengetahuan tersebut dalam membuat pilihan yang tepat berdasarkan informasi yang akurat (*informed decisions*) dalam berbagai transaksi keuangan. Dengan tingkat literasi yang memadai, wajib pajak diharapkan mampu menavigasi kompleksitas peraturan perpajakan sehingga dapat meminimalkan kesalahan administratif maupun finansial dalam memenuhi kewajiban pajaknya.

2.1.7. Motivasi Usaha

Motivasi usaha merupakan dorongan dari dalam diri pelaku usaha untuk memulai, mempertahankan, mengembangkan, dan meningkatkan kualitas usahanya (Ayu & Zulkarnaen, 2019). Motivasi ini dapat berupa keinginan memperoleh laba, memperluas usaha, menjaga reputasi bisnis, memperoleh kepercayaan

konsumen, mempermudah akses pembiayaan, hingga menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang (Hastuti dkk., 2020).

Dalam konteks wajib pajak restoran, motivasi usaha berhubungan dengan kesadaran bahwa ketertiban administrasi dan kepatuhan pajak dapat mendukung legalitas, citra usaha, dan kemudahan ekspansi bisnis. Pelaku usaha yang memiliki motivasi usaha tinggi cenderung memandang kepatuhan pajak selaku bagian dari pengelolaan usaha yang sehat, bukan hanya selaku beban. Kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan dapat memberi manfaat jangka panjang, seperti meningkatkan profesionalitas usaha dan meminimalkan risiko hukum. Menurut Teori Atribusi, motivasi usaha termasuk faktor internal karena bersumber dari dorongan pribadi pelaku usaha. Dengan demikian, motivasi usaha diduga berdampak positif kepada kepatuhan wajib pajak restoran.

2.1.8. Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan yakni kegiatan yang dilaksanakan pemerintah atau otoritas pajak guna membagikan informasi, memberikan penyuluhan, serta meningkatkan wawasan wajib pajak tentang berbagai ketentuan perpajakan (Hanik & Pusposari, 2022). Kegiatan sosialisasi tersebut bisa dilaksanakan lewat bermacam media dan metode, misalnya penyuluhan secara langsung, pelatihan, seminar, media sosial, brosur, petunjuk teknis, layanan konsultasi, maupun bentuk komunikasi lainnya.

Tujuan sosialisasi perpajakan yakni guna mengoptimalkan pemahaman wajib pajak tentang hak serta kewajiban yang dimilikinya pada bidang perpajakan, mengurangi kesalahan dalam pelaksanaan administrasi pajak, serta mendorong terbentuknya perilaku patuh. Sosialisasi yang efektif seharusnya tidak sekadar membagikan aturan, namun juga memberi kejelasan mengenai alasan kebijakan, prosedur teknis, dan manfaat kepatuhan pajak bagi daerah dan pelaku usaha (Oktaviani *et al*., 2020). Dalam teori atribusi, data mengenai sosialisasi perpajakan dianggap sebagai elemen yang datang dari luar, mengingat sumbernya berasal dari lingkungan dan kebijakan pemerintah. Dengan demikian, diyakini bahwa informasi mengenai sosialisasi perpajakan meningkatkan kepatuhan pajak pemilik restoran.

2.1.9. Sanksi Perpajakan

Sanksi pajak berfungsi sebagai sarana untuk menjamin kepatuhan wajib pajak terhadap ketentuan perpajakan dengan memberikan konsekuensi atas setiap pelanggaran yang dilakukan (Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, 2007). Sanksi perpajakan memiliki fungsi sebagai alat pencegah agar wajib pajak tidak melanggar ketentuan perpajakan (Mardiasmo, 2023). Selain itu, sanksi perpajakan juga berperan dalam membentuk disiplin dan kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya (Waluyo, 2022). Oleh

karena itu, keberadaan sanksi yang tegas dan konsisten diharapkan dapat mendorong wajib pajak untuk bertindak lebih hati-hati dan patuh terhadap peraturan perpajakan (Wulandari, 2020). Sanksi pajak dapat dikategorikan sebagai faktor eksternal jika dilihat dari perspektif Teori Atribusi. Alasannya adalah bahwa sanksi pajak berasal dari undang-undang dan wewenang yang dimiliki pemerintah, bukan dari wajib pajak sendiri. Oleh karena itu, diharapkan sanksi tersebut membantu wajib pajak restoran membayar pajak.

2.1.10. Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian terdahulu mengemukakan bahwasanya kepatuhan wajib pajak restoran terpengaruh oleh sejumlah faktor, meskipun hasil yang diperoleh masih menunjukkan perbedaan. Adanya perbedaan hasil penelitian (*research gap*) pada studi-studi terdahulu, serta masih terbatasnya penelitian yang mengkaji secara bersamaan variabel motivasi usaha dan sosialisasi perpajakan dalam konteks pajak daerah, menjadi dasar penting dilaksanakannya penelitian ini. Dengan demikian, penelitian yang mengkaji pengaruh literasi perpajakan, motivasi usaha, sosialisasi perpajakan, juga sanksi perpajakan kepada kepatuhan wajib pajak restoran di Kota Semarang menjadi penting dan relevan untuk dilakukan.

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama, Tahun Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran dengan Intervening Kesadaran Pajak (Hapsari, 2023)	Variabel Dependen: 1. Kepatuhan wajib pajak restoran Variabel Intervening: 1. Kesadaran pajak Variabel Independen: 1. Kualitas pelayanan pajak 2. Sanksi pajak	Kualitas pelayanan pajak terbukti berdampak kepada kepatuhan pajak pemilik restoran, sementara hukuman pajak tidak menunjukkan dampak yang sama. Selain itu, pemahaman mengenai pajak berfungsi sebagai penghubung pada hubungan antara kepatuhan pajak pemilik restoran dan kualitas pelayanan pajak, tetapi tidak berlaku pada hubungan antara hukuman pajak serta kepatuhan pajak pemilik restoran.
2.	Kepatuhan Wajib Pajak Restoran dengan Moderasi Kesadaran dan Sanksi Pajak (Hapsari, 2023)	Variabel Dependen: 1. Kepatuhan wajib pajak restoran Variabel Moderasi: 1. Kesadaran pajak 2. Sanksi pajak Variabel Independen:	Pengetahuan pajak serta kualitas pelayanan pajak berdampak signifikan kepada kepatuhan wajib pajak restoran. Kesadaran pajak terbukti menguatkan dampak pengetahuan pajak dan kualitas

No	Judul, Nama, Tahun Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
		1. Pengetahuan pajak 2. Kualitas pelayanan pajak	pelayanan kepada kepatuhan wajib pajak restoran. Di samping itu, sanksi pajak hanya menguatkan dampak pengetahuan pajak, namun tidak berperan dalam memoderasi dampak kualitas pelayanan pajak kepada kepatuhan wajib pajak restoran.
3.	Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Tarif Pajak, Sanksi Pajak, dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran (Studi Kasus pada Restoran di Kota Pekanbaru) Anni Br. Silaban, Zaharman, Arini (2025)	Variabel Dependen: 1. Kepatuhan wajib pajak restoran Variabel Independen: 1. Pemahaman peraturan perpajakan 2. Tarif pajak 3. Sanksi pajak 4. Kesadaran wajib pajak	Kepatuhan wajib pajak restoran di Kota Pekanbaru telah ditingkatkan oleh sejumlah faktor, seperti pengetahuan tentang peraturan perpajakan, tarif pajak, dan sanksi pajak, serta kesadaran wajib pajak.
4.	Pengaruh Literasi Pajak	Variabel Dependen:	Dalam kasus UMKM di Kota

No	Judul, Nama, Tahun Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Ambon yang Dimoderasi oleh Sanksi Pajak (Latuheru & Loupatty, 2024)	Kepatuhan wajib pajak Variabel Moderasi: Sanksi pajak Variabel Independen: Literasi pajak	Ambon, terbukti bahwa literasi pajak berdampak positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajaknya, tetapi sanksi pajak tidak mampu memoderasi hubungan antara literasi pajak dan kepatuhan wajib pajak UMKM.
5.	Pengaruh Kesadaran, Kualitas Pelayanan dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran (Studi Kasus Pajak Restoran yang terdaftar pada Badan Pelayanan Pajak Daerah Kabupaten Sidoarjo) Maya Haningrum Purnamasari, Muslimin (2025)	Variabel Dependen: 1. Kepatuhan wajib pajak restoran Variabel Independen: 1. Kesadaran wajib pajak 2. Kualitas pelayanan 3. Sanksi pajak	Di Kabupaten Sidoarjo, kualitas pelayanan tidak berdampak pada kepatuhan wajib pajak restoran. Sebaliknya, kesadaran wajib pajak dan penerapan sanksi pajak menunjukkan bahwa keduanya dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak restoran.
6.	Pengaruh Sosialisasi Perpajakan,	Variabel Dependen:	Terbukti bahwa sektor hotel, restoran, dan

No	Judul, Nama, Tahun Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	Sanksi Pajak, dan Kualitas Pelayanan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hotel, Restoran, dan Hiburan di Kota Makassar (Mansyur *et al*., 2023)	1. Kepatuhan wajib pajak hotel, restoran, dan hiburan Variabel Independen: 1. Sosialisasi perpajakan 2. Sanksi pajak 3. Kualitas layanan	hiburan yang terdaftar di Badan Pendapatan Daerah Kota Makassar telah mengalami peningkatan kepatuhan wajib pajak karena tiga faktor: sosialisasi pajak, sanksi pajak, dan kualitas layanan pajak.

2.2. Kerangka Pemikiran

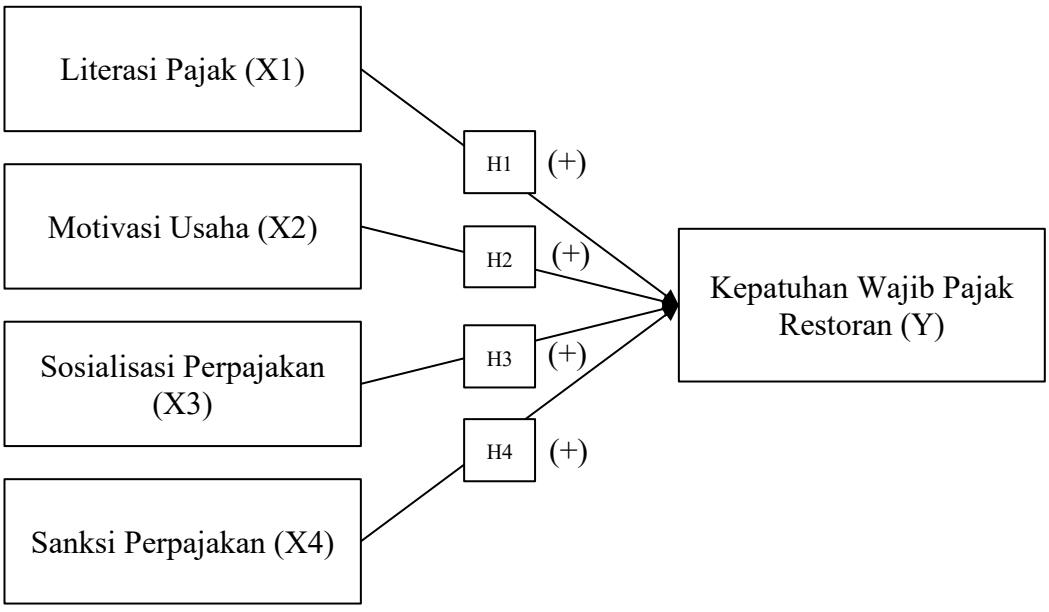
Penelitian ini memanfaatkan teori atribusi untuk menguraikan dampak dari literasi perpajakan, motivasi usaha, sosialisasi perpajakan, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak restoran di Kota Semarang. Pada analisis ini, literasi perpajakan dan motivasi usaha dikategorikan sebagai faktor internal, sedangkan sosialisasi perpajakan serta sanksi perpajakan termasuk dalam faktor eksternal.

Literasi perpajakan dipandang selaku landasan kognitif yang memungkinkan wajib pajak mencermati sejumlah ketetapan serta prosedur perpajakan yang berlaku. Wajib pajak yang mencermati kewajiban perpajakannya dengan baik akan lebih bisa melaksanakan kewajiban tersebut secara benar. Motivasi usaha dipandang sebagai dorongan internal yang

membuat pelaku usaha cenderung menjaga legalitas, reputasi, dan keberlanjutan usahanya, termasuk melalui kepatuhan pajak.

Sosialisasi perpajakan dipandang sebagai proses pembelajaran eksternal yang memberi informasi, pemahaman, dan arahan pada wajib pajak supaya mengetahui serta menjalankan kewajibannya. Adapun sanksi perpajakan dipandang sebagai bentuk penguatan eksternal yang menekan kecenderungan pelanggaran dan mendorong kepatuhan. Dengan demikian, semakin tinggi literasi perpajakan, semakin kuat motivasi usaha, semakin efektif sosialisasi perpajakan, dan kian tegas sanksi perpajakan, maka kian tinggi pula kepatuhan wajib pajak restoran.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian



2.3. Hipotesis

2.3.1. Pengaruh Literasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran

Literasi perpajakan memberikan kemampuan kepada wajib pajak guna mencermati aturan, prosedur, tarif, dan mekanisme pelaksanaan kewajiban perpajakan (Erdi & Astuti, 2023). Wajib pajak yang mempunyai tingkat literasi perpajakan yang baik berpotensi lebih memahami tindakan yang harus dilakukan, waktu pelaksanaan kewajiban perpajakan, serta tata cara pemenuhannya selaras dengan ketetapan yang berlaku (Rahayu, 2020). Pada Teori Atribusi, literasi perpajakan yakni faktor internal yang bisa membentuk perilaku patuh karena berasal dari kondisi kognitif individu itu sendiri.

Dalam konteks pajak restoran yang dipungut dengan *self assessment system*, literasi perpajakan menjadi sangat krusial. Sistem ini mengharuskan wajib pajak guna dengan mandiri menghitung, menyetorkan, serta melaporkan pajak yang menjadi kewajibannya. Tanpa literasi perpajakan yang memadai, wajib pajak restoran berpotensi mengalami kesalahan dalam menghitung dasar pengenaan pajak, terlambat dalam menyetorkan pajak, atau tidak memahami prosedur pengisian SPTPD. Wajib pajak yang memiliki literasi tinggi akan mampu membedakan antara pendapatan usaha dan pajak yang dipungut dari konsumen, memahami tarif pajak

sebesar 10 persen sesuai Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 10 Tahun 2023, serta mengetahui batas waktu penyetoran dan pelaporan yang telah ditetapkan.

Studi sebelumnya oleh Arifin (2019) menunjukkan bahwa pengetahuan pajak berdampak positif dan signifikan pada kepatuhan restoran terhadap wajib pajak di Kabupaten Magelang. Naziyah *et al*. (2024) sampai pada hasil yang sama di daerah Tegal, mengemukakan bahwasanya pemahaman tentang pajak memberi dampak positif juga signifikan pada kepatuhan pajak pemilik restoran. Hasil ini sejalan dengan studi terdahulu, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi kemampuan pajak atau semakin baik pemahaman pajak dari wajib pajak, maka kepatuhan mereka terhadap kewajiban pajak juga akan naik.

Berlandaskan uraian Teori Atribusi serta ditunjang oleh temuan penelitian terdahulu, maka bisa dirumuskan hipotesis yakni:

H1: Literasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran di Kota Semarang.

2.3.2. Pengaruh Motivasi Usaha terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran

Motivasi usaha mencerminkan dorongan pelaku usaha untuk menjaga kelangsungan, perkembangan, dan reputasi usahanya (Ryan & Deci, 2020). Pelaku usaha yang memiliki motivasi tinggi

cenderung lebih memperhatikan ketertiban administrasi, legalitas, dan kepastian usaha, termasuk dalam bidang perpajakan (Amalia, 2021). Dalam Teori Atribusi, motivasi usaha termasuk faktor internal yang mendorong individu bertindak sesuai tujuan jangka panjangnya.

Pelaku usaha restoran yang memiliki motivasi usaha tinggi akan memandang kepatuhan pajak bukan sebagai beban, melainkan sebagai bagian integral dari pengelolaan usaha yang profesional (Arif *et al*., 2023). Kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan memberikan legitimasi formal bagi usaha restoran, yang pada gilirannya membuka peluang untuk memperoleh akses pembiayaan dari lembaga keuangan, mengikuti tender atau kerja sama dengan pihak korporasi, serta menjaga kepercayaan konsumen. Selain itu, pelaku usaha yang berorientasi pada ekspansi bisnis menyadari bahwa ketidakpatuhan pajak dapat menimbulkan risiko hukum berupa sanksi administrasi maupun sanksi lainnya yang berpotensi mengganggu kelangsungan usaha (Febriyanti *et al*., 2022). Dengan demikian, dorongan untuk menjaga keberlangsungan dan mengembangkan usaha dapat menjadi faktor internal yang memicu wajib pajak restoran guna dengan tanpa paksaan mematuhi kewajiban perpajakannya.

Meskipun penelitian terdahulu yang secara spesifik mengkaji pengaruh motivasi usaha terhadap kepatuhan wajib pajak restoran

masih terbatas, beberapa penelitian telah mengidentifikasi bahwa faktor internal yang berkaitan dengan dorongan pribadi pelaku usaha berperan penting dalam membentuk perilaku patuh. Perihal ini selaras dengan Teori Atribusi yang mengemukakan bahwasanya perilaku individu dapat terpengaruh oleh faktor-faktor yang memiliki asal dari dalam diri individu, termasuk motivasi serta tujuan pribadi. Pelaku usaha yang berorientasi jangka panjang terhadap keberlanjutan bisnisnya cenderung lebih patuh terhadap peraturan perpajakan sebagai bentuk investasi bagi reputasi dan legalitas usaha.

Berlandaskan uraian Teori Atribusi serta argumentasi logis sebelumnya, maka bisa diusulkan hipotesis yakni:

H2: Motivasi usaha berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran di Kota Semarang.

2.3.3. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran

Sosialisasi perpajakan yakni termasuk usaha yang dilaksanakan pemerintah guna memaksimalkan pemahaman dan kesadaran wajib pajak kepada kewajiban perpajakannya (Rahayu, 2020). Melalui sosialisasi, wajib pajak dapat mengetahui aturan terbaru, prosedur teknis, batas waktu pembayaran, serta konsekuensi jika terjadi pelanggaran. Dalam Teori Atribusi, sosialisasi

perpajakan digolongkan selaku faktor eksternal yang memberi dampak kepada terbentuknya perilaku patuh, karena berasal dari intervensi serta upaya pemerintah yang berada di luar kendali individu wajib pajak.

Pada konteks pajak restoran di Kota Semarang, sosialisasi perpajakan yang diselenggarakan oleh Bapenda Kota Semarang mempunyai peranan krusial pada mendorong peningkatan kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi yang efektif tidak hanya menyampaikan ketentuan normatif mengenai tarif pajak, objek pajak, dan mekanisme pelaporan, tetapi juga memberikan pemahaman mengenai manfaat kepatuhan pajak bagi pembangunan daerah serta konsekuensi dari ketidakpatuhan. Wajib pajak restoran yang memperoleh sosialisasi secara berkala dan komprehensif akan memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap prosedur perpajakan, sehingga tingkat kesalahan administratif dapat diminimalkan dan motivasi untuk berperilaku patuh semakin kuat. Sebaliknya, minimnya sosialisasi dapat menyebabkan wajib pajak tidak mengetahui perubahan regulasi, prosedur terbaru, maupun sanksi yang berlaku, sehingga mempunyai peluang mengurangi tingkat kepatuhan.

Hasil penelitian Mansyur *et al*., (2023) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan juga berdampak positif pada kepatuhan hotel, restoran, dan hiburan wajib pajak di Kota Makassar. Temuan

tersebut mengonfirmasi bahwa upaya pemerintah dalam mengedukasi wajib pajak melalui berbagai media dan metode sosialisasi terbukti efektif dalam meningkatkan kepatuhan. Dengan demikian, sosialisasi perpajakan yang intensif, tepat sasaran, dan dilakukan secara berkelanjutan oleh Bapenda Kota Semarang diharapkan mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak restoran.

Berlandaskan penjelasan Teori Atribusi serta ditunjang oleh temuan kajian terdahulu, hipotesis penelitian ini dapat diusulkan yakni:

H3: Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran di Kota Semarang

2.3.4. Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran

Sanksi perpajakan berperan selaku instrumen pengendalian yang bertujuan mencegah wajib pajak melaksanakan pelanggaran (Mardiasmo, 2023). Implementasi sanksi yang jelas, tegas, juga konsisten dapat memicu wajib pajak guna mempertimbangkan konsekuensi yang timbul akibat ketidakpatuhan terhadap kewajiban perpajakan (Kausar *et al*., 2022). Di Teori Atribusi, sanksi perpajakan tergolong faktor eksternal yang memberi dampak kepada perilaku seseorang karena bersumber dari peraturan yang ditetapkan oleh otoritas pemerintah dan berada di luar kendali pribadi wajib pajak.

Sanksi administrasi berupa denda, bunga, ataupun kenaikan pajak terutang dapat dikenakan kepada wajib pajak yang terlambat menyetor, tidak melaporkan SPTPD, ataupun melaporkan pajak tidak selaras dengan keadaan sebenarnya (Mardiasmo, 2023). Penerapan sanksi yang tegas serta konsisten dapat memunculkan efek jera (*deterrent effect*) yang memicu wajib pajak guna lebih berhati-hati serta taat dalam menjalankan kewajiban perpajakannya (Waluyo, 2022). Wajib pajak yang tahu terdapatnya sanksi akan berpotensi memperhitungkan kerugian finansial dan risiko hukum yang mungkin timbul akibat ketidakpatuhan, sehingga terdorong untuk menyetor serta melaporkan pajak dengan tepat waktu juga akurat.

Walaupun begitu, temuan dari studi yang sudah ada sebelumnya masih mengungkapkan hasil yang beragam mengenai pengaruh sanksi perpajakan terhadap ketaatan pajak pemilik usaha restoran. Silaban *et al.* (2025) di Kota Pekanbaru dan (Mansyur *et al*., 2023) di Kota Makassar menjabarkan bahwasanya sanksi pajak memiliki dampak positif kepada kepatuhan wajib pajak restoran. Sebaliknya, (Hapsari, 2023) menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak restoran tidak dipengaruhi oleh sanksi pajak. Inkonsistensi di temuan ini termasuk alasan mengapa perlu untuk mengevaluasi kembali pengaruh sanksi pajak terhadap para pelaku usaha restoran di Semarang. Mengacu ke Teori Atribusi, sanksi sebagai faktor

eksternal berperan sebagai tekanan yang dapat mengarahkan perilaku wajib pajak menuju kepatuhan.

Berdasarkan penjelasan Teori Atribusi serta didukung oleh temuan kajian terdahulu, hipotesis penelitian ini dapat diusulkan yaitu:

H4: Sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak restoran di Kota Semarang.