

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*)

Teori kepatuhan (*compliance theory*) pertama kali dijelaskan oleh Stanley Milgram pada tahun 1963. Teori tersebut memberikan penjelasan bahwa kepatuhan adalah dorongan yang dimiliki setiap orang, sekelompok, ataupun organisasi untuk bertindak sesuai dengan peraturan yang ada. Teori kepatuhan menjelaskan bahwa kepatuhan individu terhadap aturan atau regulasi dapat dipengaruhi oleh dua pendekatan utama, yaitu pendekatan hukum (*instrumental compliance*) dan sosial (*normative compliance*). Pendekatan ini mendasari perilaku patuh sebagai hasil dari kombinasi antara rasa takut terhadap sanksi serta kesadaran moral terhadap pentingnya mematuhi aturan (Zakia & Siddiq, 2022). Sanksi pajak termasuk ke dalam aspek hukum karena individu patuh karena adanya ancaman sanksi atau hukuman atas ketidakpatuhan, sedangkan kemajuan teknologi dan iklan layanan masyarakat digolongkan ke dalam aspek sosial, karena keduanya bertujuan untuk meningkatkan literasi perpajakan, membentuk persepsi positif, serta memperkuat kesadaran sukarela dalam menjalankan kewajiban perpajakan.

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh (Alfalihin & Osmond, 2020), teori kepatuhan menggambarkan suatu situasi ketika wajib pajak mengikuti aturan perpajakan. Tindakan yang dilaksanakan secara sadar oleh setiap wajib pajak dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan selaras dengan aturan pajak disebut sebagai

kepatuhan wajib pajak. Kepatuhan perpajakan menggambarkan situasi bahwa setiap wajib pajak diharapkan untuk secara aktif menjalankan kewajiban pajaknya.

Berdasarkan definisi kepatuhan di atas, teori kepatuhan pajak ada kaitannya dengan *self assesment system* bahwa kepatuhan wajib pajak bermaksud pada kepatuhan yang sifatnya atas dasar kemauan sendiri (*voluntary of compliance*), bukan kepatuhan yang sifatnya memaksa (*compulsory of compliance*). Munculnya kesukarelaan dari kepatuhan pajak tersebut, memberikan harapan akan keefisienan kerja fiskus guna mengawasi penerimaan pajak karena wajib pajak secara sadar kewajiban perpajakannya dilakukan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun (Cahya et al., 2021). Kepatuhan pajak berarti melakukan pemenuhan kewajiban perpajakan dengan kemauan sendiri yang di mana merupakan suatu dasar *dari self assesment system* bahwa dalam melakukan pemenuhan kewajiban pajak dilakukan secara saksama dan pembayaran dan pelaporan pajak oleh wajib pajak secara mandiri dilakukan secara tepat waktu. Teori kepatuhan pajak berkeyakinan penuh bahwa wajib pajak tidak bersedia membayar pajak jika terdapat unsur paksaan (Rohmah & Zulaikha, 2023).

Pengaruh tingkat kesadaran dalam menjalankan kewajiban perpajakan dapat dari faktor dalam maupun luar individu. Faktor eksternal yang dimaksud antara lain mencakup perkembangan teknologi, penerapan sanksi perpajakan, serta kegiatan sosialisasi oleh otoritas pajak. Hal ini sesuai dengan pendekatan teori kepatuhan yang di mana bahwa keberadaan faktor-faktor tersebut kepatuhan wajib akan meningkat, oleh karena itu, penelitian ini mengadopsi teori kepatuhan sebagai

dasar konseptual untuk menjelaskan bagaimana kemajuan teknologi, sanksi pajak, dan sosialisasi perpajakan turut membentuk perilaku patuh wajib pajak.

2.1.2 Kepatuhan Pajak

Pengertian pajak menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang No. 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan (KUP), “Pajak adalah kontribusi wajib pajak 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 rakyatnya”. Menurut Mardiasmo (2018) dalam (Farah & Sapari, 2020), terdapat dua fungsi dalam perpajakan, yaitu:

1. Fungsi penerimaan (*budgetair*) yaitu pajak sebagai salah satu sumber dana bagi pemerintah dengan tujuan membiayai pengeluaran-pengeluaran negara.
2. Fungsi pengatur (*regulerend*) yaitu pajak sebagai alat untuk mengatur pertumbuhan dalam bidang ekonomi dan sosial dalam melaksanakan kebijaksanaan pemerintah.

Kepatuhan pajak adalah bentuk sikap dan perilaku wajib pajak yang patuh dan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan terkait pemenuhan kewajiban perpajakan. Kepatuhan pajak juga berarti sebagai suatu keadaan di mana wajib pajak memenuhi seluruh kewajiban serta melaksanakan hak perpajakannya. Menurut Torgler (2007) dalam (Anugrah & Fitriandi, 2022) kepatuhan pajak tidak hanya berkaitan dengan tarif pajak, penegakan hukum, dan sanksi, namun berkaitan juga dengan keinginan seseorang untuk patuh, yang mana dibentuk oleh moral

pajak. Hal ini berarti ketika moral pajak tercipta, maka kepatuhan pajak juga akan meningkat.

2.1.3 Kemajuan Teknologi

Pemerintah terus melakukan inovasi dan peningkatan dalam sistem perpajakan digital untuk mengoptimalkan pengumpulan pajak dan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Kemajuan teknologi di bidang perpajakan melalui *e-Filing* maupun *e-SPT* memiliki potensi besar untuk memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Penggunaan teknologi ini dapat memudahkan pelaporan pajak, meningkatkan akurasi data, serta mempercepat proses penghitungan dan pembayaran pajak.

Surat Pemberitahuan Elektronik (*e-SPT*) adalah aplikasi yang dikembangkan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk memudahkan dalam penyampaian SPT dengan memanfaatkan perkembangan teknologi (D. J. Pajak, 2016) dalam (Fadhilatunisa, 2021). Adapun dasar hukum tentang *e-SPT* adalah Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER- 03/PJ/2015 yang menjelaskan wajib pajak yang mesti menyampaikan SPT tahunan pajak penghasilan dalam bentuk dokumen elektronik atau *e-SPT*.

Menurut Peraturan Direktur Jendral Pajak Nomor PER-02/PJ/2019 E-Filing merupakan cara menyampaikan SPT menggunakan saluran tertentu sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh Direktur Jendral Pajak. *e-Filing* merupakan suatu cara penyampaian SPT atau penyampaian pemberitahuan perpanjangan SPT tahunan secara elektronik yang dilakukan secara online dan real time melalui penyedia jasa aplikasi. Indikator yang digunakan dalam penerapan sistem *e-Filing* menurut (P. Rahayu, 2016) dalam (Umam & Arifianto, 2023), yaitu:

1. Kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi *e-Filing*.
2. Kemudahan dalam melaporkan SPT tahun menggunakan aplikasi *e-Filing*.
3. Ketepatan dan kecepatan dalam melaporkan SPT tahunan menggunakan aplikasi *e-filing* sehingga lebih efektif.
4. Efisiensi biaya, waktu, dan tenaga dalam melaporkan SPT tahunan dengan menggunakan aplikasi *e-Filing* sehingga lebih ekonomis dan praktis.

2.1.4 Sanksi Pajak

Sanksi perpajakan ialah salah satu cara pemerintah untuk menegakkan sanksi kepada WP untuk meningkatkan kedisiplinan dalam membayarkan pajak dan melaporkan SPT. Tujuan dalam memberikan sanksi bagi WP yang melanggar yaitu untuk memberikan sanksi kepada pelanggar supaya menaati peraturan pajak, serta patuh dan taat dalam membayar pajak sehingga WP dapat meningkatkan kepatuhannya terhadap kewajiban perpajakan (E. V. Amalia et al., 2023).

Indikator sanksi perpajakan menurut Munari (2005) dalam (Umam & Irfan Arifianto, 2023), yaitu:

1. Pengenaan sanksi yang berat untuk mendidik wajib pajak.
2. Sanksi pajak harus tegas tanpa toleransi.
3. Sanksi pajak harus sesuai dengan besar kecilnya pelanggaran.
4. Penerapan sanksi harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku

2.1.5 Iklan Layanan Masyarakat

Slogan-slogan pajak dalam bentuk banner maupun billboard seperti “Orang Bijak Taat Pajak”, “Lunasi Pajaknya Awasi Penggunaannya”, “Pajak Menyatukan Hati Membangun Negeri”, sampai kepada “Bangga Bayar Pajak” rasanya dapat

ditemukan di berbagai media baik cetak maupun non cetak. Iklan layanan masyarakat tersebut memiliki sasaran untuk menciptakan dan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk patuh akan pajak (Christian, 2018). Efektivitas slogan akan terbentuk ketika slogan tersebut berhasil menggiring pengetahuan masyarakat, sikap, dan pandangan mengenai suatu produk yang bila melihat dari konteks pajak aspek-aspek tersebut diharapkan dapat membentuk kesadaran merek akan pentingnya manfaat pajak bagi masyarakat

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Studi tentang kepatuhan pajak dengan variabel bebas, seperti kemajuan teknologi, sanksi pajak, dan iklan layanan masyarakat telah banyak dilakukan sebelumnya. Beberapa penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Prasetyo & Idayati, 2020)	Pengaruh E-Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pemahaman Internet dan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Pemoderasi	Hasil penelitian ini menyatakan penerapan sistem <i>e-Filing</i> memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi perpajakan tidak ada pengaruhnya terhadap kepatuhan pajak.
2	(Farah & Sapari, 2020)	Pengaruh Penerapan E-Filling, Iklan Masyarakat, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi	1. Berdasarkan hasil analisis menyatakan bahwa penerapan <i>e-Filing</i> terjadi hubungan positif dengan kepatuhan wajib pajak orang pribadi. 2. Iklan masyarakat terdapat pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. 3. Berdasarkan hasil analisis menyatakan bahwa sanksi pajak tidak ada pengaruhnya terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
3	(Amalia & Widyawati, 2021)	Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi, Iklan Masyarakat, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	1. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa inovasi sistem administrasi di perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. 2. Adanya iklan masyarakat memiliki dampak positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Melalui pemberian iklan masyarakat tersebut, masyarakat menjadi lebih mengerti mengenai pentingnya membayar pajak, serta turut meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab perpajakan mereka sebagai bagian dari kewajiban warga negara. 3. Sanksi perpajakan mendorong peningkatan kepatuhan wajib pajak, karena keberadaan sanksi tersebut mendorong masyarakat untuk lebih taat dan menghindari pelanggaran terhadap ketentuan perpajakan yang berlaku.
4	(Ainul & Susanti, 2021)	Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Dan Penerapan Sistem E-Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surabaya Wonocolo	1. Sosialisasi perpajakan tidak ada pengaruhnya terhadap kepatuhan Wajib Pajak. 2. Pelaksanaan sistem <i>e-Filing</i> terdapat dampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak.
5	(Fadhilatunisa, 2021)	Pengaruh Sistem E-Filling, E-SPT, dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Non Karyawan di KPP	Penelitian ini yang menunjukkan bahwa ada dampak positif sistem <i>e-Filing</i> dan <i>e-SPT</i> terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi perpajakan juga memiliki pengaruh yang positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		Pratama Makassar Selatan)	
6	(Kristina, 2022)	Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Sosialisasi Pajak Dan Penerapan E-Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	1. Adanya penerapan teknologi informasi di KPP Pratama Yogyakarta mempermudah wajib pajak dalam melaporkan kewajiban perpajakannya sehingga kepatuhan wajib pajak semakin meningkat. 2. Penyuluhan perpajakan yang diberikan telah berjalan dengan baik karena pemahaman wajib pajak dalam membayar pajak dapat mengalami kenaikan. Melalui sosialisasi tersebut, wajib pajak menjadi lebih mengerti mengenai ketentuan serta prosedur perpajakan, sehingga memotivasi mereka dalam pemenuhan kewajiban perpajakan.
7	(Firmansyah et al., 2022)	Peran Mediasi Sistem Informasi Dalam Hubungan Sosialisasi Pajak, Sanksi Pajak, Kesadaran Pajak Dan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi	Penelitian ini menyimpulkan bahwa sosialisasi pajak tidak ada pengaruhnya terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi begitupun dengan sanksi pajak.
8	(Arif et al., 2023)	Pengaruh Sanksi Perpajakan, Motivasi Wajib Pajak Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Motivasi Wajib Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara	1. Sanksi perpajakan terdapat ada efek positif terhadap kepatuhan wajib pajak. 2. Sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.
9	(Akib & Lambe, 2023)	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan	Sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kendari)	
10	(Nurafiza et al., 2024)	Analisis Pengaruh Digital Teknologi, Pengetahuan Pajak, Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	1. Digital Teknologi terdapat pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak di KPP Pratama Praya Lombok Tengah. 2. Sosialisasi Perpajakan terdapat pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak di KPP Pratama Praya Lombok Tengah.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran, yang juga dikenal sebagai kerangka berpikir, merupakan susunan sistematis dari bagian-bagian penting yang perlu dikerjakan terlebih dahulu, biasanya disajikan dalam bentuk bagan. Kerangka ini dapat diterapkan baik dalam karya tulis ilmiah maupun non-ilmiah. Umumnya, kerangka berpikir disusun dalam bentuk visual seperti diagram atau skema, yang menunjukkan keterkaitan antarbagian secara logis. Secara keseluruhan, kerangka berpikir berfungsi sebagai panduan alur dalam menyusun dan menyelesaikan suatu tulisan atau penelitian (Nurafiza et al., 2024).

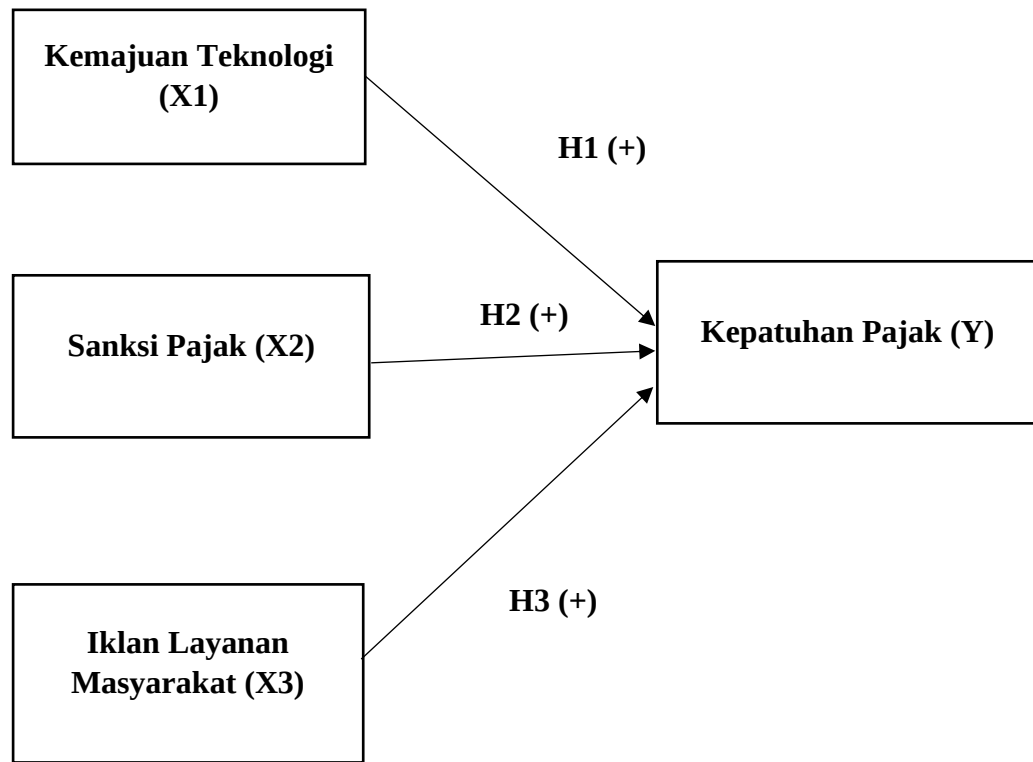
Pengaruh dari faktor dalam maupun luar dapat memengaruhi naiknya kepatuhan wajib pajak itu sendiri. Kemajuan teknologi, sanksi perpajakan, dan iklan layanan masyarakat termasuk ke dalam faktor luar. Adanya kemajuan teknologi atau modernisasi teknologi informasi diharapkan mampu membuat masyarakat akan semakin patuh untuk membayar pajak. Kemajuan teknologi tersebut seperti *e-SPT* dan *e-Filling* tentu saja akan memberikan suatu alternatif lain bagi wajib pajak dalam pembayaran pajak yang nantinya akan memberikan mereka

kemudahan dalam urusan pembayaran maupun pelaporan pajak. Kemudahan tersebut yang nantinya memberikan harapan bahwa kepatuhan wajib pajak akan mengalami kenaikan (Nurafiza et al., 2024).

Sanksi perpajakan memiliki kontribusi dalam mendorong peningkatan kepatuhan wajib pajak. Sanksi ini berfungsi sebagai alat pencegahan (preventif) guna ketentuan perpajakan tidak akan dilanggar oleh wajib pajak. Jikalau individu pajak terbukti melakukan pelanggaran, maka akan diberi sanksi berdasarkan kategori pelanggaran yang dilakukan. Pemberlakuan sanksi ini bertujuan agar wajib pajak lebih waspada dan disiplin ketika menjalankan kewajiban perpajakannya (Arif et al., 2023).

Sosialisasi pajak yang disampaikan melalui media iklan layanan masyarakat memiliki kontribusi penting dalam peningkatan pemahaman wajib pajak mengenai urgensi pembayaran pajak. Melalui penyampaian informasi yang tepat dan akurat, sosialisasi ini bertujuan untuk membekali wajib pajak dengan pengetahuan yang memadai terkait kewajiban perpajakannya. Meningkatnya pemahaman tersebut, diharapkan kesadaran akan pentingnya membayar pajak dapat tumbuh secara signifikan, yang pada akhirnya akan mendorong peningkatan kepatuhan perpajakan, khususnya di kalangan wajib pajak orang pribadi (Prasetyo & Idayati, 2020). Berdasarkan pembahasan tersebut, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



2.3 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Orang Pribadi

Kemajuan teknologi dalam dunia perpajakan memiliki makna bahwa DJP memiliki penemuan terkini, yakni sistem administrasi perpajakan yang telah diterapkan tentu saja transparan dan akuntabel. Sistem perpajakan tersebut dapat berupa *e-SPT*. Adanya kemajuan teknologi tersebut yang semakin berkembang pesat tentu saja kemudahan dapat diberikan kepada wajib pajak ketika melaksanakan kewajiban perpajakannya (Amrullah et al., 2021). Melalui perkembangan teknologi di bidang perpajakan, diharapkan dapat mengalami peningkatan kesadaran dan kepatuhan dalam membayar dan menyetor pajak.

Kemajuan teknologi berperan penting dalam mendukung tingkat kepatuhan wajib pajak sebagaimana dijelaskan dalam teori kepatuhan (*compliance theory*). Teori ini memberikan definisi bahwa individu atau kelompok berpotensi taat aturan apabila terdapat dorongan atau kemudahan untuk bertindak sesuai aturan. Kemajuan teknologi, seperti implementasi *e-Filing*, *e-SPT*, dan layanan digital pajak lainnya akan memberikan akses yang praktis, cepat, dan efisien kepada wajib pajak untuk menunaikan kewajiban perpajakan. Kemudahan ini akan berpengaruh terhadap kesadaran dan tanggung jawab wajib pajak sesuai dengan teori kepatuhan, yaitu teknologi akan menciptakan kondisi yang menjadikan wajib pajak patuh, baik secara sukarela (*voluntary compliance*) maupun karena kemudahan sistem yang tersedia (Cahya et al., 2021).

(Amrullah et al., 2021) dalam studinya menjelaskan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan teknologi di bidang perpajakan yang nantinya akan memotivasi kepatuhan wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kemajuan teknologi berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

2.3.2 Pengaruh Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Sanksi perpajakan didefinisikan sebagai sebuah langkah untuk menghindari hal-hal yang dapat menyalahgunahi aturan perpajakan. Sanksi perpajakan tidak semata-mata hanya dibuat, tetapi menjadi komponen penting dalam perpajakan di

Indonesia. Wajib pajak yang memang terbukti telah melakukan tindakan melawan hukum dalam ranah perpajakan, maka wajib pajak tersebut akan diberikan tuntutan di meja pengadilan dan akan diberikan berupa hukuman sesuai dengan ketentuan perundang-undangan (Prasetyo & Idayati, 2020). Melalui sanksi perpajakan, kewajiban perpajakan diharapkan dilakukan atas kemauan wajib pajak itu sendiri, sehingga kepatuhan pajak akan meningkat.

Teori kepatuhan (*compliance theory*) menyatakan bahwa kepatuhan yang ada pada setiap individu wajib pajak dilakukan tanpa tekanan dari pihak lain. Kepatuhan pajak tercermin dari perilaku wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban pajak tanpa paksaan serta tepat waktu. sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Kepatuhan dibentuk karena adanya otoritas yang menegakkan aturan serta konsekuensi yang jelas jika aturan tersebut dilanggar. Sanksi pajak memberikan dampak preventif bagi wajib pajak yang berisiko tidak patuh sekaligus memperkuat persepsi bahwa sistem perpajakan memiliki otoritas yang tegas dan adil. Adanya pemberian sanksi perpajakan dapat menyadarkan wajib pajak ketika menjalankan kewajiban pajaknya yang dilakukan atas kemauan sendiri (Rohmah & Zulaikha, 2023).

(Arif et al., 2023) dalam studinya menjelaskan sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak yang di mana semakin berat sanksi yang dikenakan, maka tingkat kepatuhan wajib pajak cenderung meningkat. Berdasarkan pembahasan ini, hipotesis yang dibuat adalah sebagai berikut:

H2: Sanksi Perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

2.3.3 Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat Terhadap Kepatuhan Wajib

Pajak Orang Pribadi

Sosialisasi ialah suatu langkah dengan memberikan informasi dan wawasan penting yang harus diketahui dan dipahami dengan baik. Iklan layanan masyarakat atau dikenal juga dengan sosialisasi perpajakan yang di mana termasuk upaya DJP agar ketaatan pajak mengalami kenaikan. Sosialisasi pajak yang rutin dilakukan, maka wajib pajak akan semakin paham dengan pengetahuan perpajakan (Prasetyo & Idayati, 2020). Wajib pajak yang menerima sosialisasi melalui iklan layanan masyarakat secara baik dan benar, diharapkan dapat menguasai pemahaman perpajakan, termasuk pemahaman tentang pentingnya membayar pajak.

Iklan layanan masyarakat turut berkontribusi besar dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui pendekatan yang sejalan dengan teori kepatuhan (*compliance theory*) yang di mana kepatuhan tiap individu terhadap peraturan pajak dipengaruhi oleh faktor internal seperti sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Faktor pengelolaan yang kurang pada iklan layanan masyarakat akan memberikan pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Kepatuhan pajak didasari dari perilaku kesadaran tiap wajib pajak dalam pelaksanaan kewajiban pajaknya (Alfalihin & Osmond, 2020). Iklan layanan masyarakat dapat memengaruhi sikap wajib pajak dengan menyampaikan edukasi atau informasi perpajakan dengan baik dan benar sehingga kepatuhan pajak akan meningkat.

Hal tersebut selaras dengan studi yang dilakukan (Amalia & Widyawati, 2021) bahwa sosialisasi pajak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi yang semakin sering diberikan, maka

kepatuhan wajib pajak akan meningkat. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Iklan layanan masyarakat berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.