BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Dalam setiap melakukan penelitian diharuskan menjabarkan secara rinci dari setiap variabel yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan agar dapat dipahami secara jelas dan mudah. Serta keterkaitan dari satu variabel dengan variabel lain yang dibuktikan secara teori.

2.1.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1.1 Pengertian Kualitas

Menurut Garvin yang dikutip Tjiptono (2012:143) bahwa terdapat lima perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

Menurut Goeth and Davis yang dikutip Tjiptono (2012:51) bahwa kualitas merupakan:

> "Suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan".

Sedangkan menurut J. Supranto (2006:226) bahwa kualitas merupakan:

> "Sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik".

Dari pengertian diatas maka dapat dikatakan bahwa, Kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan jasa yang memenuhi tingkat pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

2.1.1.2 Pengertian Pelayanan

Menurut Boediono (2003:60) bahwa pelayanan merupakan:

> "Suatu proses bantuan kepada orang lain dengan cara tertentu yang memerlukan kepekaan dan hubungan interpersonal agar terciptanya kepuasan dan keberhasilan".

Melalui surat edaran Direktur Jendral Pajak No. SE-45/PJ/2007 ditegaskan mengenai pelayanan merupakan:

> "Sentra dan indikator utama untuk membangun citra DJP, sehingga kualitas pelayanan harus terus menerus ditingkatkan dalam rangka mewujudkan harapan dan membangun kepercayaan Wajib Pajak terhadap DJP".

Dari pengertian diatas maka dapat dikatakan bahwa, Pelayanan adalah suatu proses bantuan kepada orang lain dengan cara tertentu untuk membangun citra suatu perusahaan yang membutuhkan kepekaan agar terciptanya suatu kepuasaan dan membangun kepercayaan.

2.1.1.3 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Boediono (2003:60) bahwa kualitas pelayanan merupakan:

> "Suatu proses bantuan kepada wajib pajak dengan cara-cara tertentu yang memerlukan kepekaan dan hubungan interpersonal agar terciptanya kepuasan dan keberhasilan".

Sedangkan menurut Lewis and Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2011:180) bahwa kualitas pelayanan merupakan:

> "Ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan".

Dari pengertian diatas maka dapat dikatakan bahwa, Kualitas Pelayanan adalah proses bantuan kepada wajib pajak secara menyeluruh dengan cara-cara tertentu agar terwujud sesuai harapan pelanggan.

2.1.1.4 Konsep Kualitas Pelayanan

Menurut Wolkins (dalam Tjiptono, 2002) bahwa pelayanan publik kepada masyarakat akan dapat berjalan sebagaimana yang diharapkan, apabila faktor-faktor pendukungnya cukup memadai serta dapat difungsikan secara berhasil guna dan berdaya guna.

2.1.1.5 Indikator Kualitas Pelayanan

Pengukuran kinerja pelayanan dapat dilakukan dengan menggunakan instrumen kinerja pelayanan yang telah dikembangkan Zeithaml, Parasuraman, dan Berry, dalam Ratminto, 1999 yang kemudian dikutip kembali oleh Hessel Nogi (2007:219), ada sebelas indikator kinerja pelayanan, yaitu:

1. Kenampakan fisik (*Tangible*), yaitu segala bukti fisik seperti pegawai, fasilitas, peralatan, tampilan fisik dari pelayanan misalnya kartu kredit plastik.
2. Reliabilitas (*Reliability*) yang mencakup konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanannya secara tepat sejak awal (*right the first time*) dan telah memenuhi janji (iklan)nya.
3. Responsivitas (*Responsieness*), yaitu kemauan atau kesiapan para pegawai untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.

4. Kompetensi (*Competence*), artinya setiap pegawai perusahaan memiliki pengetahuan dan keterampilan yaitu kemauan atau kesiapan para pegawai untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.
5. Kesopanan (*Courtesy*), yaitu sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan dari para kontak personal perusahaan.
6. Kredibilitas (*Credibility*), yaitu jujur dan dapat dipercaya. Disini menyangkut nama dan reputasi perusahaa, karakteristik pribadi, kontak personal, dan interaksi dengan pelanggan.
7. Keamanan (*Security*), yaitu aman (secara fisik, finansial dan kerahasiaan) dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
8. Akses (*Access*), yaitu kemudahan untuk dihubungi atau ditemui, yang berarti lokasi fasilitas pelayanan mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi mudah dihubungi.
9. Komunikasi (*Communication*), yaitu memberikan informasi yang dapat dipahami pelanggan serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
10. Pengertian (*Understanding the Costumer*), yaitu upaya untuk memahami kebutuhan pelanggan.
11. Akuntabilitas (*Accountability*), yaitu sebuah kewajiban melaporkan dan bertanggungjawab atas keberhasilan ataupun kegagalan pelaksanaan misi organisasi dalam mencapai hasil yang telah ditetapkan sebelumnya, lewat media pertanggungjawaban yang dilakukan secara berkala.

Dari penjelasan tersebut, yang menjadi indikator untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dalam penelitian ini ialah :

1. Kesopanan (*Courtesy*);
2. Akses (*Access*);
3. Komunikasi (*Communication*);
4. Pengertian (*Understanding the Costumer*).

2.1.2 Sanksi Perpajakan

Menurut Gatot S. M Faisal (2009:37) dari sudut pandang yuridis, pajak memang mengandung unsur pemaksaan. Artinya, jika kewajiban perpajakan tidak dilaksanakan, maka ada konsekuensi hukum yang bisa terjadi. Konsekuensi hukum tersebut adalah pengenaan sanksi-sanksi perpajakan.

2.1.2.1 Pengertian Sanksi Perpajakan

Menurut Erly Suandi (2013:L-1) bahwa sanksi pajak merupakan:

> "Jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti/ditaati/dipatuhi. Atau bisa dengan kata lain sanksi pajak merupakan alat pencegah (preventif) agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan".

Sedangkan menurut Mardiasmo (2009:57) bahwa sanksi pajak merupakan:

> "Jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti/ditaati/dipatuhi. Atau bisa dengan kata lain sanksi perpajakan merupakan alat pencegah (preventif) agar Wajib Pajak tidak melanggar norma perpajakan".

Dari beberapa pengertian di atas, maka secara umum dapat didefinisikan bahwa sanksi pajak adalah peraturan perundang-undangan perpajakan yang merupakan alat pencegah agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan sehingga dapat berdampak pada kepatuhan dan kesadaran untuk memenuhi kewajiban perpajakannya.

2.1.2.2 Konsep Sanksi Perpajakan

Menurut Siti Kurnia Rahayu dan Ely Suhayati (2013:87) bahwa konsep sanksi perpajakan:

> "Sanksi administrasi dapat dijatuhkan apabila wajib pajak melakukan pelanggaran, terutama atas kewajiban yang ditentukan dalam UU KUP dapat berupa sanksi administrasi bunga, denda, kenaikan. Sedangkan sanksi pidana dapat berupa hukuman kurungan dan hukuman penjara".

2.1.2.3 Indikator Sanksi Perpajakan

Menurut Adam Smith dalam Soemitro (2010:68) bahwa indikator ketegasan sanksi perpajakan sebagai berikut:

1) Sanksi yang diberikan kepada wajib pajak harus jelas dan tegas.

2) Sanksi perpajakan tidak mengenal kompromi (*not arbitrary*), tidak ada toleransi.
3) Sanksi yang diberikan hendaklah seimbang.
4) Hendaknya sanksi yang diberikan langsung memberikan efek jera.

Menurut Adam Smith dalam Soemitro (2010:68) bahwa, dari indikator diatas dapat diambil kesimpulan:

"Jika wajib pajak melakukan pelanggaran maka harus diberikan sanksi yang tegas yang tidak mengenal toleransi dan seimbang sehingga dapat memberikan efek jera pada wajib pajak yang melanggar".

2.1.3 Motivasi Wajib Pajak Memenuhi Kewajiban Perpajakan

2.1.3.1 Pengertian Motivasi

Istilah Motivasi (*mothivation*) berasal dari bahasa latin yakni "*movere*" yang berarti "dorongan: atau daya "penggerak". Menurut Muhamad Ali yang dikutip oleh Arep dan Tanjung (2003) bahwa motivasi merupakan:

> "Motif diartikan sebagai sebab-sebab yang menjadi dorongan tindakan seseorang; dasar pemikiran dan pendapatsesuatu yang menjadi pokok. Lalu, disempurnakan menjadi motivasi adalah sesuatu yang pokok, yang menjadi dorongan seseorang untuk bekerja".

Menurut Moenir (2010:136) bahwa motivasi merupakan:

"Rangsangan dari luar dalam bentuk benda atau bukan benda yang dapat menumbuhkan dorongan pada orang untuk memiliki, menikmati, menguasai, atau mencapai benda/bukan benda tersebut".

Sedangkan dalam kutipan Harsuko Riniwati (2011:40) bahwa motivasi merupakan:

"Kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi ke arah tujuan organisasi, yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi sesuatu kebutuhan individual".

Dari beberapa pengertian di atas, maka secara umum dapat didefinisikan bahwa motivasi adalah suatu proses psikologis yang mencerminkan interaksi antara sikap, kebutuhan, persepsi, keputusan yang dapat menggerakan seseorang dalam melaksanakan suatu aktivitas.

2.1.3.2 Pengertian Wajib Pajak

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 Pasal 1 ayat 2 mendefinisikan Wajib pajak adalah Orang pribadi atau Badan, meliputi pembayaran pajak, pemotongan pajak, dan pemungutan pajak yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

2.1.3.3 Konsep Motivasi Wajib Pajak

Menurut Siti Kurnia Rahayu (2010:10) bahwa:

"Memberikan motivasi atau dorongan kepada rakyat untuk ikhlas membayar pajaknya adalah sesuatu yang harus dilakukan, karena membayar pajak merupakan tindakan pemberian sebagian harta yang dimiliki rakyat kepada negara dengan cuma-cuma".

2.1.3.4 Indikator Motivasi Wajib Pajak

Menurut Santrock (2009:204) bahwa indikator-indikator pada Motivasi Pajak terdiri dari:

1) Intriastik, Motivasi Intriastik adalah motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar.

a) Dorongan untuk mendaftarkan dari untuk memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
b) Dorongan untuk melaksanakan menghitung dan membayar sendiri pajak dengan benar

2) Ekstrisik, Motivasi Ekstrisik adalah motif yang menjadi aktif karena adanya rangsangan dari luar.
a) Dorongan untuk melaksanakan pembukuan. Menyelenggarakan pembukuan dan pencatatan atau dokumen.
b) Dorongan untuk melaksanakan Pemeriksaan. Memperlihatkan dan/atau meminjamkan buku atau catatan, dokumen yang menjadi dasarnya dan dokumen lain yang berhubungan dengan penghasilan yang diperole, kegiatan usaha, pekerjaan bebas wajib pajak, atau objek terutang.

Berdasarkan indikator diatas dalam penelitian ini penulis menggunakan indikator yaitu: Dorongan untuk mendaftarkan dari untuk memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Dorongan untuk melaksanakan setoran pajak, Dorongan untuk melaksanakan pembukuan dan Dorongan untuk melaksanakan pemeriksaan.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Motivasi Wajib Pajak Memenuhi Kewajiban Perpajakan

Menurut Tiptono dalam Hessel Nogi (2007:66) bahwa:

> "Tidak dapat dipungkiri bahwa pelayanan konsumen merupakan bagian penting dalam strategi pemasaran. *Marketing* sering disebut sebagai aktivitas *marketing mix* atau yang sering dikenal dengan 4P yaitu *Product*,

price, place, dan *promotion*. Tidak mudah mengidentifikasi motivasi pelanggan maka salah satu caranya adalah memuat pelayanan konsumen".

Sedangakan menurut penelitian yang dilakukan oleh Daulat Freddy (2013) bahwa:

"Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap motivasi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajak. Jadi kualitas dapat meningkatkan motivasi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajak".

Berdasarkan teori penghubung dan hasil penelitian terdahulu maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap motivasi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

2.2.2 Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Motivasi Wajib Pajak Memenuhi Kewajiban Perpajakan

Menurut Gatot S, M Faisal (2009:37) bahwa:

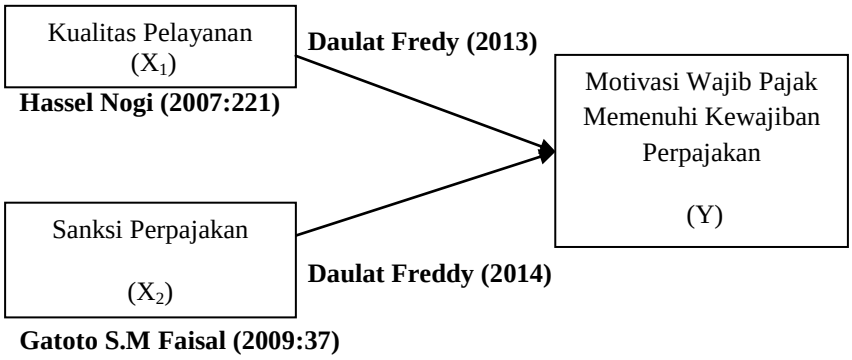
"Dilihat dari aspek yuridis, pajak mengandung unsur pemaksaan. Artinya, jika kewajiban perpajakan tidak dilaksanakan, maka ada konsekuensi hukum yang bisa terjadi. Konsekuensi hukum tersebut adalah pengenaan sanksi-sanksi perpajakan. Pengenaan sanksi perpajakan, pada hakekatnya, bukan tujuan utama perpajakan. Walaupun ada potensi penerimaan negara pada setiap sanksi, namun motivasi penerapan sanksi adalah agar wajib pajak patuh melaksanakan kewajiban perpajakannya. Sanksi-sanksi perpajakan dirancang untuk memaksa wajib pajak membayar pajak serta memenuhi hak dan kewajiban perpajakan lainnya".

Sedangkan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Daulat Freddy (2014) bahwa:

"Sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap motivasi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajak".

Berdasarkan teori penghubung dan hasil penelitian terdahulu maka dapat dikatakan bahwa Ketegasan Sanksi Pajak berpengaruh terhadap Motivasi wajib Pajak dalam memenuhi Kewajiban perpajakannya.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti menuangkan kerangka pemikirannya dalam bentuk skema paradigma penelitian adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka berpikir diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah X_1 dan X_2 berpengaruh terhadap Y. Perumusan hipotesis penelitian merupakan langkah ketiga dalam penelitian. Setelah peneliti mengemukakan landasan teori dan kerangka berpikir.

Menurut Sugiyono (2012:64) bahwa hipotesis merupakan:

> "Jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik".

Berdasarkan pada kerangka berpikir di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Motivasi Wajib Pajak Memenuhi Kewajiban Perpajakan.

Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Motivasi Wajib Pajak Memenuhi Kewajiban Perpajakan.