

## PENGARUH NORMA SUBJEKTIF DAN SOSIALISASI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK HOTEL DAN RESTORAN

Ni Made Intan Prihandani dan Komang Adi Kurniawan Saputra  
Fakultas Ekonomi, Universitas Warmadewa, Denpasar, Bali-Indonesia  
\*intanprihandani88@gmail.com

DiPublikasi: 29/06/2019

<http://dx.doi.org/10.22225/kr.11.1.1158.13-25>

### Abstract

The biggest contribution from state revenues is from tax. Taxes are used for development from the center to the development in each region. The central government has authorized local governments to determine their own local tax policies in collecting or managing local taxes. Efforts made by the government in increasing taxpayer compliance is to provide motivation to taxpayers to obey paying taxes, mengadakan tax socialization, supervise and implement strict tax sanctions. This study examines the Subjective Norm Effect, and Tax Socialization to see the effect on Hotel and Restaurant Taxpayer Compliance. The formulation of the problem in this research is whether subjective norms and taxation socialization have an effect on hotel and restaurant taxpayer compliance. This research aims to prove empirically the influence of subjective norms and tax socialization on hotel and restaurant taxpayer compliance. This research was held at the Regional Revenue Agency of the City of Denpasar with a population of 93 samples. The sampling method used proportionate stratified random sampling, so the sample in this study amounted to 36 hotels and 57 restaurant tax payers. The analytical method used was the method of multiple linear regression analysis. The results of this research indicate that subjective norms and tax socialization have a positive effect on hotel and restaurant taxpayer compliance. Keywords: Accounts Receivable Turnover; Economic Rentability; Rentability of Own Capital; Working Capital Turnover.

**Keywords:** Subjective Norms; Taxpayer Compliance; Tax Dissemination

### Abstrak

Kontribusi terbesar dari penerimaan negara adalah bersumber dari pajak. Pajak dipergunakan untuk pembangunan dari pusat sampai dengan pembangunan di masing-masing daerah. Pemerintah pusat telah memberikan wewenang kepada pemerintah daerah untuk menentukan sendiri kebijakan atas pajak daerahnya baik itu dalam memungut ataupun mengelola pajak daerahnya. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak adalah dengan memberikan motivasi kepada wajib pajak agar taat membayar pajak, mengadakan sosialisasi perpajakan, melakukan pengawasan dan melaksanakan sanksi pajak yang tegas. Penelitian ini meneliti mengenai Pengaruh Norma Subjektif, dan Sosialisasi Perpajakan untuk melihat pengaruhnya terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hotel dan Restoran. Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah apakah norma subjektif dan sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh norma subjektif dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran. Penelitian ini diadakan di Badan Pendapatan Daerah Kota Denpasar dengan jumlah populasi sebanyak 93 sampel. Metode pengambilan sampelnya menggunakan proportionate stratified random sampling, sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah hotel sebanyak 36 dan wajib pajak restoran sebanyak 57. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa norma subjektif dan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran.

**Kata Kunci:** Norma Subjektif; Kepatuhan Wajib Pajak; Sosialisasi Perpajakan

### I. PENDAHULUAN

Sebuah negara harus terus melakukan pembangunan walaupun dihadapkan oleh berbagai masalah. Indonesia merupakan negara yang saat ini terus-menerus mengadakan pembangunan nasional di berbagai sektor. Dalam proses tersebut, Indonesia pernah menghadapi berbagai masalah di sektor ekonomi seperti tingginya tingkat inflasi, naiknya harga minyak

dunia, naiknya harga barang-barang dan melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika serta turunnya daya beli masyarakat. Berbagai masalah yang terjadi dan tuntutan untuk terus merealisasikan pembangunan nasional menyebabkan pemerintah harus mengoptimalkan semua potensi penerimaan sehingga pendapatan negara menjadi bertambah. Penerimaan suatu negara dapat berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Indonesia tidak dapat selalu

bergantung pada penerimaan luar negeri maka dari itu pemerintah selalu berupaya untuk menggali potensi penerimaan dari dalam negeri.

Salah satu sumber penerimaan dalam negeri untuk pembangunan nasional di Indonesia adalah berasal dari pajak, hal tersebut ditunjukkan dari sumber penerimaan negara yang tertuang dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) yang sebagian besar berasal dari pajak. Pajak telah memberikan kontribusi terbesar dalam penerimaan negara yang digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah ataupun untuk melaksanakan pembangunan. Penerimaan pajak digunakan sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi. Hal tersebut sesuai dengan definisi pajak yaitu iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang yang dapat dipaksakan dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum (Mardiasmo, 2016). Dengan meningkatkan penerimaan pajak maka pembangunan nasional dapat terus berlanjut. Beberapa upaya telah dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan penerimaan pajak yaitu melalui sosialisasi perpajakan, peningkatan pelayanan kepada wajib pajak sampai membuat berbagai kebijakan yang berhubungan dengan pajak.

Selain berfokus kepada pembangunan nasional, pemerintah juga harus memperhatikan pembangunan setiap daerah di Indonesia. Pembangunan daerah perlu diperhatikan karena berpengaruh langsung kepada pembangunan nasional secara keseluruhan. Saat pembangunan di suatu daerah berjalan dengan baik maka hal tersebut akan menunjang keberhasilan pembangunan nasional secara keseluruhan. Dalam hal ini pembangunan daerah bertujuan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat di daerah. Agar dapat merealisasikan tujuan tersebut maka efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan pemerintahan daerah perlu ditingkatkan. Agar pembangunan di daerah dilakukan dengan optimal maka setiap daerah memperoleh kesempatan untuk dapat menggali potensi daerahnya, sehingga Pendapatan Asli Daerah (PAD) di daerah tersebut dapat meningkat. Pendapatan asli daerah mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat di daerah, khususnya di dalam melanjutkan pembangunan, karena pendapatan asli daerah merupakan sumber pendapatan daerah

untuk membiayai semua pengeluaran daerah. Agar pengelolaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) semakin optimal maka pemerintah pusat memberikan kewenangan kepada pemerintah daerah untuk mengatur daerahnya sendiri, hal ini lebih dikenal dengan otonomi daerah. Otonomi daerah diharapkan dapat membantu percepatan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan, pelayanan, pemberdayaan dan peran-serta masyarakat, serta peningkatan daya saing daerah (Astuti & Achadiyah, 2016). Salah satu wewenang daerah otonom yang diberikan oleh pemerintah pusat sebagai bentuk pelaksanaan otonomi daerah adalah menentukan kebijakan pajak daerahnya masing-masing, untuk memungut dan mengelola pajak daerah.

Undang-Undang No 28 tahun 2009 tentang pajak daerah dan retribusi daerah dilaksanakan dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dan kemandirian daerah, perlu dilakukan perluasan objek pajak daerah dan retribusi daerah dan pemberian diskresi dalam penetapan tarif. Pajak daerah, yang selanjutnya disebut pajak adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Ada dua jenis pajak yang diatur dalam undang-undang ini yaitu pajak provinsi dan pajak kabupaten/kota.

Salah satu sektor yang berperan dalam besarnya penerimaan pajak daerah adalah sektor pariwisata. Bali merupakan daerah di Indonesia yang terkenal dengan sektor pariwisatanya. Tidak hanya mendominasi sektor pariwisata di Indonesia namun Bali juga berhasil mendominasi sektor pariwisata di luar negeri. Sektor pariwisata yang baik di Bali akan mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Provinsi Bali, untuk mengoptimalkan potensi penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) maka masing-masing pemerintah di kabupaten/kota di Provinsi Bali perlu membuat kebijakan yang sesuai dengan keadaan daerahnya dan hal tersebutlah yang telah dilakukan oleh pemerintah Kota Denpasar. Sebagai Ibukota Provinsi Bali, Kota Denpasar merupakan pusat pemerintahan, pusat perdagangan, pusat pendidikan, pusat industri dan pusat pariwisata. Dengan berbagai kegiatan tersebut, Pemerintah Kota Denpasar perlu membuat peraturan daerah (Perda) yang mengatur masing-masing penerimaan pajak di wilayah Kota

Denpasar. Pajak daerah yang dikelola oleh pemerintah Kota Denpasar terdiri dari pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak mineral bukan logam dan batuan, pajak parkir, pajak air tanah, pajak sarang burung walet, pajak bumi dan bangunan perdesaan dan perkotaan serta bea perolehan hak atas tanah dan bangunan. Dari berbagai jenis pajak tersebut, saat ini pemerintah Kota Denpasar berusaha lebih mengoptimalkan penerimaan daerah yang berasal dari pajak hotel dan restoran. Hal tersebut ditunjukkan dari upaya sosialisasi yang terus dilakukan pemerintah Kota Denpasar melalui Badan Pendapatan Daerah Kota Denpasar. Alasan pemerintah Kota Denpasar berusaha lebih mengoptimalkan penerimaan pajak hotel dan restoran adalah karena pajak tersebut berkaitan langsung dengan sektor pariwisata di Kota Denpasar. Semakin banyak dan semakin lama wisatawan berkunjung ke Denpasar maka semakin banyak uang yang dibelanjakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan seperti penginapan, makan dan minum. Semua pengeluaran tersebut nantinya secara otomatis akan memperbesar pajak di bidang hotel dan restoran. Maka dapat dikatakan bahwa kedua pajak tersebut merupakan sumber pendapatan yang berpotensi meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Denpasar.

Norma subjektif merupakan perasaan atau dugaan-dugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang disekitarnya jika ia melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu, karena perasaan ini sifatnya subjektif maka dimensi ini disebut norma subjektif. Secara spesifik, norma subjektif adalah persepsi individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Norma subjektif menunjukkan pengaruh lingkungan terhadap perilaku individu, dengan adanya pengaruh lingkungan karena banyak wajib pajak yang patuh terhadap kewajiban perpajakannya menyebabkan wajib pajak yang lain juga ikut patuh terhadap kewajiban perpajakannya.

Sosialisasi perpajakan adalah suatu upaya dan proses memberikan informasi perpajakan untuk menghasilkan perubahan pengetahuan, keterampilan dan sikap masyarakat, dunia usaha, aparat, serta lembaga pemerintah maupun non pemerintah agar terdorong untuk paham, sadar, peduli dan berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban perpajakan (Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-98/PJ/2011). Semakin tinggi sosialisasi perpajakan maka akan diiringi

pula dengan meningkatnya kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian ini menganalisis tentang pengaruh norma subjektif terhadap kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran dan pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran di Kota Denpasar

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### *Theory of Planned Behavior*

Theory of Planned Behavior (TPB) oleh Ajzen (1991) lahir dari Theory of Reasoned Action (TRA) (Ajzen & Fishbein, 1969), karena Theory of Reasoned Action mengabaikan pentingnya faktor-faktor sosial yang dalam kehidupan nyata bisa menjadi penentu untuk perilaku individu. Dalam Theory of Planned Behavior (TPB) dijelaskan bahwa perilaku individu timbul karena adanya niat untuk berperilaku, sedangkan timbulnya niat untuk berperilaku ditentukan oleh tiga faktor, yaitu:

#### *Kepercayaan Perilaku (Behavioral Beliefs)*

Behavioral beliefs merupakan keyakinan individu akan hasil dari suatu perilaku dan evaluasi atas hasil tersebut.

#### *Kepercayaan Normatif (Normative Beliefs)*

Normative beliefs yaitu keyakinan tentang harapan normatif orang lain dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut.

#### *Kepercayaan Kontrol (Control Beliefs)*

Control beliefs merupakan keyakinan tentang keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan ditampilkan dan persepsinya tentang seberapa kuat hal-hal yang mendukung dan menghambat perilakunya tersebut (perceived power).

Theory of Planned Behavior relevan untuk menjelaskan perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Kepercayaan normatif (normative beliefs) menunjukkan bahwa ketika akan melakukan sesuatu, individu akan memiliki keyakinan tentang harapan normatif dari orang lain dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut. Hal tersebut dapat dikaitkan dengan variabel norma subjektif dan sosialisasi perpajakan. Norma subjektif terbentuk dari normative beliefs, norma subjektif mengarah pada tekanan sosial yang dipersepsikan untuk melaksanakan perilaku

tertentu atau tidak. Individu akan berniat untuk melakukan perilaku tertentu ketika dia merasa bahwa orang lain yang dianggap penting berpikir dia harus melakukannya. Sosialisasi perpajakan juga berkaitan dengan normative beliefs, dengan adanya sosialisasi perpajakan kepada wajib pajak terutama mengenai aturan-aturan baru yang berlaku maka akan memberikan motivasi kepada wajib pajak agar taat pajak, hal tersebut membuat wajib pajak memiliki keyakinan atau memilih perilaku taat pajak.

Kepercayaan kontrol (control beliefs) menunjukkan ada hal-hal yang mendukung atau menghambat individu untuk melakukan perilaku tertentu. Control beliefs berkaitan dengan sanksi pajak. Sanksi pajak dibuat untuk mendukung agar wajib pajak mematuhi peraturan perpajakan atau mencegah agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan. Kepatuhan wajib pajak akan ditentukan berdasarkan persepsi wajib pajak tentang seberapa kuat sanksi pajak mampu mendukung perilaku wajib pajak untuk taat pajak.

Behavioral beliefs, normative beliefs, dan control beliefs sebagai tiga faktor yang menentukan seseorang untuk berperilaku. Setelah terdapat tiga faktor tersebut, maka seseorang akan memasuki tahap intention, kemudian tahap terakhir adalah behavior. Tahap intention merupakan tahap dimana seseorang memiliki maksud atau niat untuk berperilaku, sedangkan behavior adalah tahap seseorang berperilaku (Manuputty, 2018). Norma Subjektif, sosialisasi perpajakan dan sanksi pajak dapat menjadi faktor yang menentukan perilaku patuh pajak. Setelah adanya sosialisasi dari petugas pajak, maka wajib pajak akan memiliki kesadaran untuk membayar pajak kemudian dimotivasi lagi oleh norma subjektif dan sanksi yang diterapkan, maka dapat membuat wajib pajak semakin patuh membayar pajak.

#### ***Teori Atribusi (Attribution Theory)***

Teori atribusi mempelajari proses bagaimana seseorang menginterpretasikan suatu peristiwa, alasan atau sebab perilakunya. Teori atribusi yang dikembangkan oleh (Heider, 1958) menjelaskan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh kombinasi antara kekuatan internal (internal forces), yaitu faktor-faktor yang berasal dari dalam diri seseorang dan kekuatan eksternal (external forces), yaitu faktor-faktor yang berasal dari luar. Teori atribusi diterapkan dengan menggunakan variabel lokus pengendalian (locus

of control) yang terdiri dari lokus pengendalian internal dan lokus pengendalian eksternal (Lubis, 2017). Teori ini mengacu tentang bagaimana seseorang menjelaskan penyebab perilaku orang lain atau dirinya sendiri yang akan ditentukan apakah dari internal misalnya sifat, karakter, sikap, dan lain-lain ataupun eksternal misalnya tekanan situasi atau keadaan tertentu yang akan memberikan pengaruh terhadap perilaku individu.

Teori atribusi relevan untuk menjelaskan perilaku wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Perilaku wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Dalam penelitian ini tidak ada faktor internal yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak, namun ada faktor eksternalnya. Secara eksternal wajib pajak melaksanakan kewajiban perpajakannya karena adanya pengaruh dari luar seperti norma subjektif, sosialisasi perpajakan, omset dan sanksi yang ditetapkan pemerintah.

#### ***Pajak***

Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang yang dapat dipaksakan dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum (Mardiasmo, 2016). Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki unsur-unsur:

Iuran dari rakyat kepada negara

Yang berhak memungut pajak hanyalah negara. Iuran tersebut berupa uang bukan barang

Berdasarkan undang-undang

Pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.

Tanpa jasa timbal atau kontraprestasi dari negara yang secara langsung dapat ditunjuk. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.

Digunakan untuk membiayai rumah tangga negara, yakni pengeluaran yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

#### ***Fungsi Pajak***

Beberapa fungsi pajak adalah (Mardiasmo, 2016):

Fungsi Penerimaan (*Budgetair*), pajak sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya.

Fungsi Mengatur (*Regulerend*), pajak sebagai alat untuk mengukur kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi.

#### *Wajib Pajak*

Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak dan pemungut pajak yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (Mardiasmo, 2016). Pengertian Wajib Pajak yaitu orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (UU No. 28 Tahun 2007).

Wajib pajak memiliki definisi yang menimbulkan berbagai penafsiran dan dapat menyulitkan administrasi maka perlu diberikan penegasan bahwa administrasi pajak hanya mengenal istilah wajib pajak efektif dan wajib pajak non efektif (Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE-26/PJ.2/1988). Berikut ini pengertian dari wajib pajak efektif dan wajib pajak non efektif:

Wajib pajak efektif adalah wajib pajak yang memenuhi kewajiban perpajakannya berupa menyampaikan Surat Pemberitahuan Masa atau Tahunan sebagaimana mestinya.

Wajib pajak non efektif adalah wajib pajak yang tidak memenuhi kewajiban perpajakannya berupa menyampaikan Surat Pemberitahuan Masa atau Tahunan.

#### *Pengelompokan Pajak*

Pajak dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu (Mardiasmo, 2016):

Menurut golongannya;

Pajak langsung, yaitu pajak harus dipikul sendiri oleh wajib pajak dan tidak dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain.

Pajak tidak langsung, yaitu pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain.

Menurut sifatnya;

Pajak subjektif, yaitu pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subjeknya, dalam arti memperhatikan keadaan diri wajib pajak.

Pajak objektif, yaitu pajak yang berpangkal pada objeknya, tanpa memperhatikan keadaan diri wajib pajak.

Menurut lembaga pemungutannya;

Pajak pusat, yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara.

Pajak daerah, yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah.

#### *Pajak Daerah*

Pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Undang-Undang No 28 Tahun 2009).

#### *Pajak Hotel*

Pajak hotel adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh hotel. Hotel adalah fasilitas penyedia jasa penginapan/peristirahatan termasuk jasa terkait lainnya dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga motel, losmen, gubuk pariwisata, wisma pariwisata, pesanggrahan, rumah penginapan dan sejenisnya, serta rumah kos dengan jumlah kamar lebih dari 10 (Perda Kota Denpasar No 5 Tahun 2011).

#### *Subjek Pajak*

Subjek pajak hotel adalah orang pribadi atau badan yang dapat dikenakan pajak hotel. Orang pribadi atau badan yang dimaksud adalah pihak yang melakukan pembayaran kepada orang pribadi atau badan yang mengusahakan hotel.

#### *Wajib Pajak*

Wajib pajak hotel adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak hotel, pemotong pajak hotel, dan pemungut pajak hotel, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan daerah.

#### *Objek Pajak*

Objek pajak merupakan setiap pelayanan yang disediakan dengan pembayaran dan/atau yang seharusnya dibayar di hotel. Berikut ini adalah objek pajak hotel;

Fasilitas penginapan atau fasilitas tinggal jangka pendek

Pelayanan penunjang sebagai kelengkapan fasilitas penginapan atau tinggal jangka pendek yang sifatnya memberikan kemudahan dan

kenyamanan

Fasilitas olahraga dan hiburan yang disediakan khusus untuk tamu hotel, bukan untuk umum

Jasa persewaan ruangan untuk kegiatan acara atau pertemuan di hotel

Berikut ini yang tidak termasuk objek pajak hotel;

Jasa tempat tinggal asrama yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah

Jasa sewa apartemen, kondominium, dan sejenisnya

Jasa tempat tinggal di pusat pendidikan atau kegiatan keagamaan

Jasa tempat tinggal di rumah sakit, asrama perawat, panti jompo, panti asuhan, dan panti sosial lainnya yang sejenis

Jasa biro perjalanan atau perjalanan wisata yang diselenggarakan oleh hotel yang dapat dimanfaatkan oleh umum

**Dasar Pengenaan dan Tarif Pajak;**

Dasar pengenaan pajak berupa jumlah pembayaran dan/atau pembayaran yang seharusnya dilakukan kepada hotel

Tarif pajak ditetapkan sebesar 10 % (sepuluh perseratus)

Besarnya pajak terhutang dihitung dengan cara mengalikan dasar pengenaan dalam angka (1) dengan dasar pengenaan dalam angka (2) sebagaimana dimaksud di atas

### **Pajak Restoran**

Pajak restoran adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh restoran. Restoran adalah fasilitas penyedia makanan dan/atau minuman dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga rumah makan, kafetaria, kantin, warung, bar, dan sejenisnya termasuk jasa boga/catering (Perda Kota Denpasar No 3 Tahun 2011).

### **Subjek Pajak**

Subjek pajak adalah orang pribadi atau badan yang dapat dikenakan pajak. Orang pribadi atau badan yang dimaksud adalah pihak yang membeli makanan atau minuman dari restoran.

### **Wajib Pajak**

Wajib pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan

kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan daerah. Dalam hal ini, wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang mengusahakan restoran.

### **Objek Pajak**

Objek pajak berupa pelayanan yang disediakan oleh restoran

Pelayanan yang disediakan oleh restoran sebagaimana dimaksud pada angka (1) meliputi pelayanan penjualan makanan dan/atau minuman yang dikonsumsi oleh pembeli, baik dikonsumsi di tempat pelayanan maupun di tempat lain

Pelayanan yang disediakan oleh restoran dengan nilai penjualan sebesar Rp.3.000.000,- (tiga juta rupiah) dikecualikan sebagai objek Pajak

### **Dasar Pengenaan dan Tarif Pajak**

Dasar pengenaan pajak berupa jumlah pembayaran yang diterima atau yang seharusnya diterima oleh restoran.

Tarif pajak ditetapkan sebesar 10 % (sepuluh persen).

Besarnya pajak yang terhutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak restoran dengan dasar pengenaan pajak sebagaimana dimaksud diatas.

Walikota dapat memasang cash register dan/ atau computer kasir pada restoran untuk menghitung rata-rata besarnya pajak yang terhutang.

### **Norma Subjektif**

Norma subjektif merupakan perasaan atau dugaan-dugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang disekitarnya jika ia melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu, karena perasaan ini sifatnya subjektif maka dimensi ini disebut norma subjektif. Secara spesifik, norma subjektif adalah persepsi individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Selain itu, norma subjektif juga dapat didefinisikan sebagai fungsi dari harapan yang dipersepsikan individu dimana satu atau lebih orang di sekitarnya misalnya saudara dan teman sejawat menyetujui perilaku tertentu dan memotivasi individu tersebut untuk mematuhi mereka (Dharmawan, 2015).

Norma subjektif merupakan fungsi yang didasarkan oleh normative belief, yaitu belief mengenai kesetujuan atau ketidaksetujuan

seseorang maupun kelompok yang penting bagi individu terhadap suatu perilaku. Pada beberapa perilaku, rujukan sosial yang dianggap penting yaitu yang berasal dari orang tua, pasangan pernikahan, sahabat, rekan kerja dan rujukan lain yang berhubungan dengan suatu perilaku. Norma subjektif ditentukan oleh kombinasi antara belief individu tentang kesetujuan dan atau ketidakesetujuan seseorang atau kelompok yang penting bagi individu terhadap suatu perilaku (normative belief), dengan motivasi individu untuk mematuhi rujukan tersebut (motivation to comply). Motivation to comply dipengaruhi oleh kekuatan sosial yang terdiri dari penghargaan atau hukuman yang diberikan sumber rujukan kepada individu, rasa suka individu terhadap sumber rujukan, seberapa besar individu menganggap sumber rujukan sebagai seorang ahli dan adanya permintaan dari sumber rujukan tersebut.

### **Sosialisasi Perpajakan**

Sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya dan proses memberikan informasi perpajakan untuk menghasilkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap masyarakat, dunia usaha, aparat, serta lembaga pemerintah maupun non pemerintah agar terdorong untuk paham, sadar, peduli dan berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban perpajakan (Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-98/PJ/2011). Sosialisasi perpajakan adalah sebagai bentuk upaya dari Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan pengertian, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak khususnya, mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan peraturan perundang-undang perpajakan (Pekerti, 2015). Kita dapat memperoleh informasi tersebut melalui media cetak seperti majalah berita pajak, buletin, koran, jurnal, surat edaran dan lain sebagainya. Juga melalui media elektronik seperti radio, televisi dan browsing melalui internet dengan melihat dari berbagai situs pajak. Semakin tinggi sosialisasi perpajakan maka akan diiringi pula dengan meningkatnya kepatuhan wajib pajak bagi wajib pajak hotel atas rumah kos. Dalam melakukan sosialisasi perlu adanya strategi dan metode yang tepat yang dapat diaplikasikan dengan baik yaitu: publikasi, kegiatan, pemberitahuan, keterlibatan komunitas, pencantuman identitas, dan pendekatan pribadi (Nashby, 2014).

#### **Publikasi**

Aktivitas publikasi yang dilakukan melalui media komunikasi, baik media cetak melalui surat kabar, majalah maupun media audiovisual seperti radio ataupun televisi.

#### **Kegiatan**

Institusi pajak dapat melibatkan diri pada penyelenggaraan aktifitas-aktifitas tertentu yang dihubungkan dengan program peningkatan kesadaran masyarakat akan perpajakan pada momen-momen tertentu, misalnya kegiatan olahraga, hari-hari libur nasional, dan lain sebagainya.

#### **Pemberitaan**

Pemberitaan dalam hal ini mempunyai pengertian khusus yaitu menjadi bahan berita dalam arti positif, sehingga menjadi sarana promosi yang efektif. Pajak dapat disosialisasikan dalam bentuk berita kepada masyarakat, sehingga masyarakat dapat lebih cepat menerima informasi tentang pajak.

#### **Keterlibatan Komunitas**

Melibatkan komunitas pada dasarnya adalah cara untuk mendekatkan institusi pajak dengan masyarakat, dimana iklim budaya Indonesia masih menghendaki adat ketimuran untuk bersilatullahi dengan tokoh-tokoh setempat sebelum institusi pajak dibuka.

#### **Pencantuman Identitas**

Berkaitan dengan pancantuman logo otoritas pajak pada berbagai media yang ditujukan sebagai sarana promosi.

#### **Pendekatan Pribadi**

Pengertian lobbying adalah pendekatan pribadi yang dilakukan secara informal untuk mencapai tujuan tertentu.

### **Hipotesis**

#### *Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hotel dan Restoran*

Norma subjektif merupakan perasaan atau dugaan-dugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang disekitarnya jika ia melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu, karena perasaan ini sifatnya subjektif maka dimensi ini disebut norma subjektif. Secara spesifik, norma subjektif adalah persepsi individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Selain itu, norma subjektif juga dapat didefinisikan sebagai fungsi dari harapan yang dipersepsikan individu dimana

satu atau lebih orang di sekitarnya misalnya saudara dan teman sejawat menyetujui perilaku tertentu dan memotivasi individu tersebut untuk mematuhi mereka (Dharmawan, 2015). Dalam Theory of Planned Behavior, norma subjektif terbentuk dari normative beliefs, norma subjektif mengarah pada tekanan sosial yang dipersepsikan untuk melaksanakan perilaku tertentu atau tidak. Individu akan berniat untuk melakukan perilaku tertentu ketika dia merasa bahwa orang lain yang dianggap penting berpikir dia harus melakukannya. Norma subjektif tidak hanya didukung oleh Theory of Planned Behavior namun didukung juga oleh teori atribusi, dalam teori atribusi norma subjektif merupakan faktor eksternal yang menentukan wajib pajak taat terhadap kewajiban pajaknya.

Hasil penelitian dari Yuliana dan Isharijadi (2014) menunjukkan bahwa variabel norma subjektif memberikan pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan adanya norma subjektif yang baik maka wajib pajak akan tepat waktu dalam membayar pajak (Yuliana & Isharijadi, 2014). Penelitian yang dilakukan oleh Widiastuti dan Laksito (2014) menunjukkan hasil yang sama yaitu norma subyektif memberikan pengaruh yang signifikan dalam menciptakan perilaku kepatuhan pajak (Widiastuti & Laksito, 2014). Maka dari itu adanya norma subjektif dianggap mampu mempengaruhi kepatuhan pajak wajib pajak, sehingga dibuat rumusan hipotesis sebagai berikut:

H1: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran di Kota Denpasar

*Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hotel dan Restoran*

Sosialisasi perpajakan adalah suatu upaya dan proses memberikan informasi perpajakan untuk menghasilkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap masyarakat, dunia usaha, aparat, serta lembaga pemerintah maupun non pemerintah agar terdorong untuk paham, sadar, peduli dan berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban perpajakan (Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-98/PJ/2011). Dalam Theory of Planned Behavior, sosialisasi perpajakan berkaitan dengan normative beliefs, dengan adanya sosialisasi perpajakan kepada wajib pajak terutama mengenai aturan-aturan baru yang berlaku maka akan memberikan motivasi kepada wajib pajak agar taat pajak, hal tersebut membuat wajib pajak memiliki

keyakinan atau memilih perilaku taat pajak. Menurut teori atribusi, sosialisasi perpajakan merupakan faktor eksternal yang menentukan wajib pajak taat terhadap kewajiban pajaknya.

Penelitian yang dilakukan oleh Pekerti (2015) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan (X) berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak (Y), hal tersebut menunjukkan semakin tinggi sosialisasi perpajakan maka akan diiringi pula dengan meningkatnya kepatuhan wajib pajak (Pekerti, 2015). Maka dari itu adanya sosialisasi pajak dianggap mampu mempengaruhi kepatuhan pajak wajib pajak, sehingga dibuat rumusan hipotesis sebagai berikut:

H2: Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran di Kota Denpasar

### **III.METODE**

#### ***Populasi dan Metode Penentuan Sampel***

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pajak hotel dan restoran yang terdaftar di Badan Pendapatan Daerah Kota Denpasar. Terdapat 499 wajib pajak hotel dan 804 wajib pajak restoran sehingga populasi dalam penelitian ini adalah 1.303 wajib pajak. Berdasarkan perhitungan rumus Slovin, maka jumlah sampel dengan ukuran populasi sebanyak 1.303 wajib pajak adalah sebanyak 93 sampel. Dengan menggunakan metode proportionate stratified random sampling, maka jumlah sampel untuk masing-masing wajib pajak hotel dan restoran adalah wajib pajak hotel sebanyak 36 sampel dari 499 total hotel yang terdaftar dan wajib pajak restoran sebanyak 57 sampel dari 804 total restoran yang terdaftar.

#### ***Pengumpulan Data***

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik kuesioner. Metode kuesioner (angket) yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet (Sugiyono, 2018). Peneliti akan memberikan sejumlah pertanyaan kepada wajib pajak hotel dan restoran di Kota Denpasar. Kuesioner penelitian yang digunakan bertujuan untuk memperoleh data dari responden mengenai norma subjektif, sosialisasi perpajakan.

## Analisis Data

### Uji Instrumen

Suatu penelitian sangat ditentukan oleh alat pengukur variabel yang digunakan dan juga data yang diperoleh. Dalam penelitian ini dilakukan pengujian apakah variabel dan data penelitian berupa jawaban responden telah dijawab dengan benar atau tidak. Pengujian tersebut meliputi pengujian validitas dan pengujian reliabilitas (keandalan).

#### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur pada kuesioner tersebut.

#### Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya maka dilakukan uji statistik dengan cara mebihat *Cronbach Alpha* (Kriteria yang digunakan adalah suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* >0,70).

#### Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui, menguji serta memastikan kelayakan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini, dimana variabel tersebut terdistribusi secara normal serta benar-benar bebas dari gejala normalitas, multikolonieritas dan heterokedasitas.

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi, variabel-variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal, pengujian normalitas dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Residual berdistribusi normal apabila tingkat signifikannya menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2016:154). Uji normalitas yang digunakan yaitu uji statistik non-parametrik Kolmogrov-Smirnov.

#### Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2016:103). Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor (VIF)*. Kedua ukuran tersebut menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel

independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi ( $VIF = 1/Tolerance$ ). Multikolonieritas ditunjukkan dengan nilai *tolerance*  $\leq 0,10$  dan nilai  $VIF \geq 10$ .

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016:134). Jika *variance* residual dari satu pengamatan ke yang lain bersifat tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Namun jika dua pengamatan tersebut berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas dapat dilihat dengan grafik plot (*scatterplot*) dimana penyebaran titik-titik yang ditimbulkan terbentuk secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) serta arah penyebarannya berada di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, dengan demikian berarti tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada regresi ini, sehingga model regresi yang dilakukan layak dipakai.

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda (majemuk) adalah model regresi yang melibatkan lebih dari dua variabel yaitu satu variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas ( $X_1, X_2, \dots, X_K$ ) (Wirawan, 2014). Model regresi linear berganda digunakan untuk menyatakan hubungan fungsional antara variabel bebas dan variabel terikat. Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Regresi linear berganda diproses dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Berdasarkan hubungan antara variabel Norma Subjektif ( $X_1$ ), Sosialisasi Perpajakan ( $X_2$ ), Omset ( $X_3$ ), Sanksi Pajak ( $X_4$ ) dan Kepatuhan Wajib Pajak (Y), maka akan digunakan model regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Uji ini diperlukan untuk melihat apakah persamaan regresi layak digunakan untuk menentukan *fit* atau tidaknya persamaan regresi. Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *goodness of fit*. Secara statistik, uji *goodness of fit* dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ), Uji t, dan Uji F.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen pada model dapat diterangkan oleh variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016).

Uji Statistik F (F test)

Uji F bertujuan untuk mengetahui kelayakan model regresi linear berganda sebagai alat analisis yang menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara serempak. Kriteria

pengujian yang dilakukan adalah dengan membandingkan derajat kepercayaan taraf signifikan (*alpha*) sebesar 0,05. Apabila tingkat signifikan  $F \leq 0,05$  berarti variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

Uji Statistik t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh norma subjektif ( $X_1$ ), sosialisasi perpajakan ( $X_2$ ), omset ( $X_3$ ) dan sanksi pajak ( $X_4$ ) terhadap kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran (Y). Level signifikan ( $\alpha$ ) yang digunakan adalah 5% (0,05), dengan kriteria sebagai berikut:

$H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak jika signifikan  $\alpha > 0,05$

$H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima jika signifikan  $\alpha < 0,05$ .

IV.HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengujian validitas dilaksanakan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor, sehingga dapat dinilai *pearson correlation*. Suatu instrumen dikatakan valid apabila memiliki koefisien korelasi *Pearson Product Moment* ( $r$ )  $> 0,3$

Berdasarkan hasil uji validitas, dapat

Tabel 1  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Validitas	
		Koefisien Korelasi	Keterangan
Norma Subjektif ( $X_1$ )	X1.1	0,853	Valid
	X1.2	0,904	Valid
	X1.3	0,922	Valid
	X1.4	0,849	Valid
	X1.5	0,798	Valid
	X1.6	0,855	Valid
	X1.7	0,818	Valid
Sosialisasi Perpajakan ( $X_2$ )	X2.1	0,907	Valid
	X2.2	0,918	Valid
	X2.3	0,948	Valid
	X2.4	0,838	Valid

dilihat nilai *pearson correlation* dari tabel 1 menunjukkan bahwa semua butir mempunyai koefisien lebih besar dari 0,3 sehingga semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

**Uji Reliabilitas**

Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya maka dilakukan uji statistik dengan cara melihat *Cronbach Alpha* (Kriteria yang digunakan adalah suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* >0,70.

Instrumen penelitian dari semua variabel

**Tabel 2**  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Norma Subjektif (X <sub>1</sub> )	0,800	Reliabel
Sosialisasi Perpajakan (X <sub>2</sub> )	0,841	Reliabel

dinyatakan reliabel karena memiliki koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa pengukuran tersebut dapat memberi hasil yang konsisten, apabila dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama.

**Uji Asumsi Klasik**

Uji Normalitas

Residual berdistribusi normal apabila tingkat signifikannya menunjukkan nilai yang lebih besar

dari 0,05 (Ghozali, 2016). Uji normalitas yang digunakan yaitu uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov*. Nilai Uji *Kolmogorov-Smirnov* memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,998 > 0,05 sehingga *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari *level of significant* yang dipakai, maka dapat disimpulkan bahwa residual yang di analisis berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

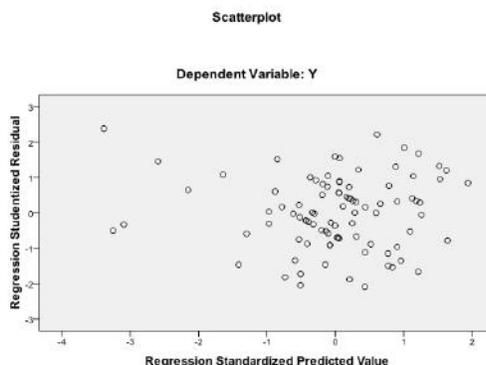
Nilai tolerance masing-masing variabel lebih

**Tabel 3**  
Uji Multikolinearitas

Variabel	Collenearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Norma Subjektif (X <sub>1</sub> )	0,718	1,393
Sosialisasi Perpajakan (X <sub>2</sub> )	0,817	1,225

besar dari 0,10 dan nilai VIF masing-masing variabel dibawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi hubungan multikolinearitas

antara variabel Norma Subjektif (X<sub>1</sub>), Sosialisasi Perpajakan (X<sub>2</sub>)



**Gambar 1**

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik Scatterplot

Dari gambar menunjukkan bahwa data tersebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak

terjadi heteroskedastisitas.

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil uji regresi linear berganda terhadap keempat variabel independen, yaitu norma subjektif, sosialisasi perpajakan

**Tabel 4**  
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	19,518	4,273		4,568	0,000
X <sub>1</sub>	0,135	0,055	0,211	2,440	0,017
X <sub>2</sub>	0,300	0,094	0,260	3,205	0,002
F	24,455				
Sig.F	0,000 <sup>a</sup>				
R Square	0,526				
Adjusted R Square	0,505				

Berdasarkan tabel 4 dapat dibuat persamaan uji regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 19,518 + 0,211X_1 + 0,260X_2 + e$$

Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan pada tabel diatas diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,505 hal ini mengindikasikan sebesar 50,5% kepatuhan wajib pajak (variabel dependen) dapat dijelaskan oleh variabel Norma Subjektif, Sosialisasi Perpajakan, Omset dan Sanksi Pajak (variabel independen), sedangkan 49,5% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdeteksi dalam penelitian ini.

Uji Statistik F (F test)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui Nilai F sebesar 24,455 dengan signifikan 0,000, ini berarti model regresi yang digunakan adalah layak. Dapat disimpulkan bahwa variabel norma subjektif (X<sub>1</sub>), sosialisasi perpajakan (X<sub>2</sub>) berpengaruh secara simultan pada kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran (Y).

Uji Statistik t

Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hotel dan Restoran

Berdasarkan data pada Tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil uji statistik t yang diperoleh norma subjektif memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,017 < 0,05. Dari hasil uji statistik tersebut, maka hipotesis pertama yang menyatakan norma subjektif berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran di Kota Denpasar dapat diterima (H<sub>1</sub> diterima).

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hotel dan Restoran

Berdasarkan data pada Tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil uji statistik t yang diperoleh sosialisasi perpajakan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,002 < 0,05. Dari hasil uji statistik tersebut, maka hipotesis kedua yang menyatakan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran di Kota Denpasar dapat diterima (H<sub>2</sub> diterima).

#### Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh norma subjektif, sosialisasi perpajakan, terhadap kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran, maka diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

*Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hotel dan Restoran di Kota Denpasar*

Hipotesis pertama (H1) menyatakan norma subjektif berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran di Kota Denpasar. Berdasarkan hasil uji statistik t yang diperoleh, norma subjektif memiliki tingkat signifikansi sebesar  $0,017 < 0,05$ . Dari hasil uji statistik tersebut, dapat disimpulkan H1 tidak dapat ditolak (H1 diterima). Ini berarti semakin baik norma subjektif yang diterapkan, maka kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran di Kota Denpasar akan meningkat.

#### *Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hotel dan Restoran di Kota Denpasar*

Hipotesis kedua (H2) menyatakan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran di Kota Denpasar. Berdasarkan hasil uji statistik t yang diperoleh, sosialisasi perpajakan memiliki tingkat signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$ . Dari hasil uji statistik tersebut, dapat disimpulkan H2 tidak dapat ditolak (H2 diterima). Ini berarti semakin baik penyampaian sosialisasi perpajakan yang dilakukan pihak fiskus, maka kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran di Kota Denpasar akan meningkat.

#### V. SIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, hipotesis dan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Hasil penelitian menunjukkan tingkat signifikansi sebesar  $0,017 < 0,05$  dan bernilai positif. Ini berarti H<sub>1</sub> diterima yaitu norma subjektif berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran di Kota Denpasar. Dengan demikian dapat disimpulkan semakin baik norma subjektif yang diterapkan, maka kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran di Kota Denpasar akan meningkat.

Hasil penelitian menunjukkan tingkat signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  dan bernilai positif. Ini berarti H<sub>2</sub> diterima yaitu sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran di Kota Denpasar. Dengan demikian dapat disimpulkan semakin baik penyampaian sosialisasi perpajakan yang dilakukan pihak fiskus, maka kepatuhan wajib pajak hotel dan restoran di Kota Denpasar akan meningkat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1969). The Prediction of Behavioral Intentions in a Choice Situation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 5(4), 400–416.
- Astuti, D., & Achadiyah, B. N. (2016). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus Dan Pelaksanaan Self Assessment System Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Atas Pajak Rumah Kos (Studi Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang). *Jurnal Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen Indonesia*, 5(1).
- Dharmawan, G. B. (2015). Pengaruh Norma Subyektif, Pemahaman Terhadap Sistem Self Assessment, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Perpajakan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya.*, 4(1).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23, Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heider, F. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York: Wiley.
- Lubis, A. I. (2017). *Akuntansi Keperilakuan: Akuntansi Multiparadigma, Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manuputty, V. (2018). *Pengaruh Sanksi Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, Pengetahuan Pajak dan Penerapan Sistem E-Filing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan Pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Gianyar*. Fakultas Ekonomi Universitas Warmadewa.
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan Edisi Terbaru 2016*. Yogyakarta: Andi Offseet.
- Nashby, Z. (2014). *Analisis Pengaruh Penerapan Sensus Pajak, Sosialisasi Pajak dan Persepsi Efektifitas Sistem Perpajakan Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada KPP Wilayah Jakarta Selatan*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Pekerti, T. C. (2015). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Pemahaman Wajib Pajak Yang Mendukung Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Wajib Pajak Hotel Atas Rumah Kos Terdaftar Di Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang). *Jurnal Mahasiswa Perpajakan*, 7(1).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan D&R, Cetakan Ke-28*. Bandung: Alfabeta.
- Widiastuti, R., & Laksito, H. (2014). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Pajak Bumi Dan Bangunan (P-2) (Studi pada WPOP di Kabupaten Klaten). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2).
- Wirawan, N. (2014). *Cara Mudah Memahami Statistika Ekonomi dan Bisnis (Statistika Inferensia), Edisi Ketiga*. Denpasar: Keraras Emas.
- Yuliana, R., & Isharijadi. (2014). PEengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Keadilan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kpp Pratama Madiun. *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 3(2).