

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP MOTIVASI WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI DENGAN SOSIALISASI PERPAJAKAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING DI KPP PRATAMA MEDAN POLONIA

**Shiva Difi<sup>1</sup>, Syamsul Bahri Arifin<sup>2</sup>, Iman Indrafana Kusuma Hasbulla<sup>3</sup>**  
Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Harapan Medan<sup>1,2,3</sup>  
shivadifi1304@gmail.com

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan sanksi perpajakan terhadap motivasi wajib pajak orang pribadi dalam membayar pajak dengan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderating di KPP Pratama Medan Polonia. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Medan Polonia pertahun 2023 sebanyak 45.953 wajib pajak dan yang menjadi sampel sebanyak 100 orang wajib pajak. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus *slovin*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis moderasi dengan pendekatan uji residual dengan menggunakan alat bantu program *software SPSS* 26. Hasil pengujian penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap motivasi wajib pajak, sedangkan sanksi perpajakan berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi wajib pajak. Sosialisasi perpajakan mampu memoderasi kualitas pelayanan. Namun, sosialisasi perpajakan tidak mampu memoderasi sanksi perpajakan terhadap motivasi wajib pajak.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Motivasi Wajib Pajak

### Abstract

This research aims to analyse the effect of service quality and tax sanctions on the motivation of individual taxpayers to pay taxes with tax socialisation as a moderating variable at KPP Pratama Medan Polonia. The population in this study were all individual taxpayers registered at the KPP Pratama Medan Polonia in 2023 as many as 45,953 taxpayers and the sample was 100 taxpayers. The sampling technique was carried out using purposive sampling technique with the calculation of the number of samples using the Slovin formula. The data analysis technique used in this research is moderation analysis with residual test approach using SPSS 26 software program tools. The results of the research test show that the service quality variable has no effect on taxpayer motivation, while tax sanctions have a significant effect on taxpayer motivation. Tax socialisation is able to moderate service quality. However, tax socialisation is not able to moderate tax sanctions on taxpayer motivation.

**Keywords:** Service Quality, Tax Sanctions, Tax Socialisation, Taxpayer Motivation

### PENDAHULUAN

Penerapan sistem *Self Assessment* di Indonesia memberikan kepercayaan wajib pajak untuk menghitung dan membayar pajak mereka sesuai dengan peraturan yang berlaku. Selain itu, wajib pajak harus secara teratur melaporkan jumlah pajak yang dibayarkan sesuai dengan undang-undang yang telah ditetapkan. Dalam penelitian Sudaryati & Hehanusa (2013) menjelaskan, dalam sistem *Self Assessment*, administrasi perpajakan berperan aktif dalam memberikan sosialisasi, pengawasan

dan sanksi atas keterlambatan kewajiban perpajakan sesuai peraturan perpajakan. Berdasarkan *Self Assessment System*, wajib pajak harus memiliki motivasi yang tinggi dalam membayar kewajiban perpajakannya. Apabila tingkat motivasi wajib pajak rendah, maka hal ini akan berdampak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar kewajiban perpajakannya dan secara otomatis akan mempengaruhi penerimaan pajak tersebut. Oleh karena itu, keaktifan dari wajib pajak memang diperlukan agar sistem ini dapat berjalan dengan semestinya.

Direktorat Jenderal (Dirjen) Pajak Kementerian Keuangan mencatat bahwa pada 2022, terdapat 19 juta jiwa wajib pajak (WP) yang harus mengisi SPT Tahunan, jumlah itu termasuk 17,35 juta WP orang pribadi (OP). Hingga 15 Maret 2022, SPT Tahunan PPh yang telah disampaikan berjumlah 6,3 juta SPT, "tertulis dalam keterangan resmi Dirjen Pajak pada Selasa (15/3/2022) total yaitu mencakup 33,63 persen dari total wajib pajak yang harus mengisi SPT. Pemerintah sendiri menargetkan agar rasio penyampaian SPT Tahunan mencapai 80 persen atau setidaknya 15,2 juta wajib pajak harus melengkapi laporan tersebut ([www.ekonomi.bisnis.com](http://www.ekonomi.bisnis.com)).

**Tabel 1.** Penyampaian SPT Tahunan PPh OP di KPP Pratama Medan Polonia

Tahun	Target SPT PPh Orang Pribadi (Jiwa)	Jumlah SPT PPh Orang Pribadi (Jiwa)	% Capaian SPT PPh Orang Pribadi	Keterangan
2018	28,555	41,761	146.25%	Tercapai
2019	30,831	44,959	145.82%	Tercapai
2020	66,327	41,867	63.12%	Kurang Tercapai
2021	52,808	48,432	91.71%	Tercapai
2022	53,298	49,623	93.10%	Tercapai
2023	56,769	45,953	80.95%	Tercapai

Dapat dilihat bahwa jumlah wajib pajak orang pribadi terdaftar wajib SPT di KPP Pratama Medan Polonia pada tahun 2023 sebesar 45.953 jiwa tetapi jumlah target SPT PPh Orang Pribadi di tahun 2023 sebesar 56.769 jiwa, ini membuktikan masih banyak wajib pajak orang pribadi yang belum memenuhi kewajibannya dalam pelaporan SPT. Rasio penyampaian SPT Tahunan dari tahun 2018-2023 di KPP Pratama Medan Polonia masih mengalami kenaikan dan penurunan yang berbeda setiap tahunnya, sehingga menunjukkan tingkat motivasi wajib pajak yang terdaftar untuk melakukan kewajibanya masih belum stabil. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap motivasi wajib pajak. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi motivasi wajib pajak, diantaranya adalah kualitas pelayanan, sanksi perpajakan, sosialisasi perpajakan.

Pelayanan merupakan kemampuan pihak pajak dalam memenuhi segala kebutuhan dan keperluan yang dibutuhkan oleh wajib pajak (Wulandari, dkk, 2020). Agung & Ery (2017) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan mampu diukur dengan melihat kemampuan pihak pajak memberikan pelayanan yang memuaskan maupun memberikan pelayanan secara tanggap, memiliki kesopanan, dan dapat dipercaya oleh wajib pajak, serta dapat melihat kemampuan dalam memberikan informasi yang relevan sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku sehingga, pihak pajak dituntut selalu memberikan pelayanan yang ramah serta adil setelah adanya perubahan dalam sistem perpajakan menjadi *self assessment system*. dorong wajib pajak untuk patuh melaksanakan kewajiban pajaknya.

Sanksi perpajakan ialah jaminan untuk menjamin ditaatinya ketentuan dan aturan perpajakan mempunyai efek jera, kepada wajib pajak agar tidak melakukan pelanggaran

berdasarkan peraturan perpajakan ( Mardiasmo, 2019: 72), Wajib Pajak akan diberikan sanksi pajak jika diketahui melakukan sesuatu pelanggaran karena seperti sifat pajak yang bersifat memaksa. Perpajakan Indonesia menggunakan sistem *self assessment system*, dimana sistem ini memberikan kepercayaan penuh kepada wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya.

Sosialisasi perpajakan adalah hal yang penting dalam upaya meningkatkan kesadaran dan kemauan wajib pajak dalam membayar pajak. Kegiatan sosialisasi perpajakan ini bermanfaat bagi wajib pajak untuk lebih memahami tentang perpajakan, serta fungsi dan manfaat pajak itu sendiri, sistem perpajakan yang digunakan, ketentuan yang mendasari, sanksi yang dikenakan dan langkah-langkah pembayaran pajak yang efektif. Dalam penelitian sosialisasi perpajakan dijadikan sebagai variabel moderasi untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan dan sanksi perpajakan terhadap motivasi wajib pajak.

## METODE

### a. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini memeriksa hipotesis yang dibuat dan mengevaluasi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sugiyono (2018:2), metode penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data untuk tujuan tertentu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dan sanksi perpajakan terhadap motivasi wajib pajak dengan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderating. Oleh karena itu, penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif kausalitas.

### b. Sumber dan Data

Data primer, yaitu data yang dikumpulkan selama penelitian, adalah sumber data yang digunakan dalam penelitian. Sebaliknya, data sekunder dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari perlakuan peneliti terhadap subjek (Sugiyono, 2018).

### c. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner yang telah diuji sebelumnya. Kuesioner ini kemudian diberikan kepada wajib pajak orang pribadi, atau subjek, untuk diisi sampai batas waktu yang telah ditentukan oleh peneliti. Kuesioner ini berisi pertanyaan-pertanyaan yang disusun secara tertulis sesuai dengan variabel yang digunakan dan memiliki pilihan jawaban yang jelas.

### d. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi liner berganda dan analisis moderasi menggunakan pendekatan uji residual dengan alat analisis SPSS versi 26.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Kualitas Data

#### 1. Uji Validitas

**Tabel 2.** Hasil Uji Validitas  
Correlations

	P1Y	P2Y	P3Y	P4Y	P5Y	P6Y	P7Y	P8Y	Y
Y	.884**	.858**	.736**	.906**	.761**	.811**	.912**	.850**	1
Pearson Correlation									
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X1	Pearson Correlation	.857**	.774**	.846**	.768**	.704**	.756**	.656**	.814**	.880**	.875**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.909**	.903**	.883**	.864**	.830**	.766**	.878**	.888**			1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000			
	N	100	100	100	100	100	100	100	100			100
Z	Pearson Correlation	.895**	.860**	.728**	.902**	.862**	.820**	.886**	.875**			1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000			
	N	100	100	100	100	100	100	100	100			100

\*\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji validitas nilai signifikansi tidak ada yang melebihi atau lebih besar dari 0,05 dengan nilai r tabel tidak ada yang mengurangi atau lebih kecil dari 0,297. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh adalah valid dan dapat digunakan.

## 2. Uji Reliabilitas

**Tabel 3.** Hasil Uji Reliabilitas

**Reliability Statistics**

	Cronbach's Alpha	N of Items
Motivasi Wajib Pajak (Y)	.939	8
Kualitas Pelayanan (X1)	.934	10
Sanksi Perpajakan (X2)	.951	8
Pengetahuan Perpajakan (X3)	.952	7
Sosialisasi Perpajakan (Z)	.946	8

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh skor *Cronbach's Alpha* seluruh instrumen yang diuji telah memenuhi kriteria dalam pengujian reliabilitas, yaitu besarnya skor *Cronbach's Alpha* yang direkomendasikan di atas 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian adalah reliabel.

## b. Uji Hipotesis

**Tabel 4.** Hasil Uji Hipotesis

**Coefficients<sup>a</sup>**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.400	1.917		3.339	.001
X1	.046	.058	.060	.785	.434
X2	.540	.071	.600	7.574	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa Nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan sebesar  $0,434 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $0,785 < 1,984$ , maka Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Motivasi Wajib Pajak. Nilai signifikansi variabel Sanksi Perpajakan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $7,754 > 1,984$ , maka Sanksi Perpajakan berpengaruh secara signifikan terhadap Motivasi Wajib Pajak.

## c. Analisis Moderasi

### 1. Uji Residual-1 Kualitas Pelayanan

**Tabel 5.** Hasil Uji Residual-1

**Coefficients<sup>a</sup>**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.964	2.851		5.600	.000
X1	.373	.078	.437	4.809	.000

a. Dependent Variable: Sosialisasi Perpajakan (Z)

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>		<b>T</b>	<b>Sig.</b>
	<i>Unstandardized Coefficients</i>	<i>Standardized Coefficients</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	6.832	1.563		4.372	.000
Y	-.137	.051	-.260	-2.667	.009

a. Dependent Variable: e\_Abs1

Sebuah variabel dinyatakan variabel moderating jika nilai koefisiennya bernilai negatif dan nilai signifikansi  $< 0,05$ . Dapat dilihat bahwa nilai koefisien dari hasil uji residual-1 bernilai negatif yaitu pada hasil *Standardized Coefficients Beta* sebesar -0,260 dan memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari *alpha* ( $0,009 < 0,05$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan mampu memoderasi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Motivasi Wajib Pajak.

## 2. Residual-2 Sanksi Perpajakan

**Tabel 6.** Hasil Uji Residual-2

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>		<b>T</b>	<b>Sig.</b>
	<i>Unstandardized Coefficients</i>	<i>Standardized Coefficients</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	10.755	2.406		4.470	.000
X2	.627	.080	.623	7.880	.000

a. Dependent Variable: Sosialisasi Perpajakan (Z)

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>		<b>t</b>	<b>Sig.</b>
	<i>Unstandardized Coefficients</i>	<i>Standardized Coefficients</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	3.674	1.664		2.207	.030
Y	-.050	.055	-.093	-.920	.360

a. Dependent Variable: e\_Abs2

Sebuah variabel dinyatakan variabel moderating jika nilai koefisiennya bernilai negatif dan nilai signifikansi  $< 0,05$ . Dapat dilihat bahwa nilai koefisien dari hasil uji residual-2 bernilai negatif yaitu pada hasil *Standardized Coefficients Beta* sebesar -0,093 dan memiliki nilai signifikansi lebih besar dari *alpha* ( $0,360 > 0,05$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan tidak mampu memoderasi pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Motivasi Wajib Pajak.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Motivasi Wajib Pajak

Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Motivasi Wajib Pajak. Hal ini dapat disebabkan karena layanan yang diberikan belum berjalan dan terlaksana dengan baik sehingga berdampak terhadap motivasi wajib pajak orang pribadi dalam memenuhi kewajibannya.

### 2. Pengaruh Sanksi Perpajakan Terhadap Motivasi Wajib Pajak

Sanksi Perpajakan berpengaruh terhadap Motivasi Wajib Pajak. Hal ini dikarenakan sanksi perpajakan terjadi karena terdapat pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan perpajakan dimana semakin besar kesalahan yang dilakukan seorang wajib pajak, maka sanksi yang diberikan juga akan semakin berat yang akan memberi dorongan terhadap wajib

pajak untuk memenuhi kewajibannya.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Motivasi Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Pemoderasi**

Sosialisasi Perpajakan mampu memoderasi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Motivasi Wajib Pajak. Sosialisasi adalah salah satu sarana pembelajaran untuk mendapatkan informasi yang akan mempengaruhi persepsi individu sebelum melakukan tindakan. Kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruh terhadap motivasi wajib pajak disebabkan oleh dorongan yang baik sosialisasi perpajakan yang tepat sasaran.

### **4. Pengaruh Sanksi Perpajakan Terhadap Motivasi Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Pemoderasi**

Sosialisasi Perpajakan tidak mampu memoderasi pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Motivasi Wajib Pajak. Kurangnya sosialisasi mungkin berdampak pada rendahnya pengetahuan masyarakat tentang pajak yang menyebabkan rendahnya kesadaran masyarakat untuk melaporkan dan membayar pajak yang pada akhirnya mungkin menyebabkan rendahnya motivasi dalam membayar pajak.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap motivasi wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Kota Medan.
2. Sanksi perpajakan berpengaruh terhadap motivasi wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Kota Medan.
3. Sosialisasi Perpajakan mampu memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap motivasi wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Kota Medan.
4. Sosialisasi Perpajakan tidak mampu memoderasi pengaruh sanksi perpajakan terhadap motivasi wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Kota Medan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agung, C. M. M., & Ery, P. S. (2017). Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Kualitas Pelayanan pada Kepatuhan Wajib Pajak, E-Jurnal Akuntasi, 19(3): 2348-2377.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM SPSS). Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- KPP Pratama Medan Polonia, 2024.
- Mardiasmo. (2019). *Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2019*. Yogyakarta : Andi.
- Sudaryati, D., & Hehanusa, G. 2013. Pengaruh Penerapan Self Assesment System dan Kemauan Membayar Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Jurnal Yogyakarta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Vionita & Septian Bayu Kristanto. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Adanya Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Perpajakan Bagi Prospective Taxpayer, *Jurnal Akuntansi Konteporer (JAKO)* 10 No.2 (2018): 81-91
- Widayati, & Nurlis. (2010). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Untuk Membayar Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Pekerjaan Bebas Studi Kasus Pada

KPP Pratama Gambir Tiga. *Proceding Simposium Nasional Akuntansi XII Purwokerto.*

Winerungan, O. L. (2013). Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan WPOP di KPP Manado dan KPP Bitung. *Jurnal EMBA* Vol . 1 No. 3 September 2013, Hal 960-970. ISSN : 2303-1174.

Wulandari, R. Risal, Kristiawati., R., (2020). Sosialisasi Memoderasi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Research Journal of Accounting and Business Management*, 4(2): 97-115.

<https://dih.kemenkeu.go.id/download/e9058e47-6f79-4825-b78b-8f54b5704a9b/184~PMK.01~2020Per.pdf>

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20220315/259/1510734/update-spt-tahunan-2022-pelaporan-sudah-capai-965-persen-dari-realisasi-2021>