

Sosialisasi, Penerapan Samsat Drive Thru dan Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Herdianto Gurning¹

P.D'Yan Yaniartha Sukartha²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

*Correspondences: anto.gurning24@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten Gianyar berdasarkan data bahwa kendaraan bermotor yang semakin meningkat setiap tahunnya namun target penerimaan pajak berfluktuasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan bukti empiris apakah sosialisasi dan penerapan samsat drive thru berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu sosialisasi pajak dan samsat drive thru. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berbentuk asosiatif. Penelitian ini menggunakan seratus responden dengan menggunakan rumus slovin dengan metode *insidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor, dan variabel samsat drive thru tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Gianyar. Sosialisasi pajak mendorong masyarakat membayar pajak kendaraan, sedangkan samsat drive thru tidak meningkatkan minat masyarakat untuk membayar pajak kendaraan bermotor.

Kata Kunci: Kepatuhan Wajib Pajak; Kendaraan Bermotor; Sosialisasi Pajak; Samsat Drive Thru

Socialization, Implementation of Samsat Drive Thru and Motor Vehicle Taxpayer Compliance

ABSTRACT

This study analyzes Motor Vehicle Taxpayer Compliance in Gianyar Regency based on data that motor vehicles are increasing every year but the tax revenue target fluctuates. The purpose of this study is to determine and obtain empirical evidence whether the socialization and application of samsat drive thru affects the compliance of motor vehicle taxpayers. This study used two independent variables, namely tax socialization and samsat drive thru. This study used a quantitative approach in associative form. This study used one hundred respondents using the slovin formula with metode incidental sampling. The data analysis technique used is multiple linear analysis. The results showed that the tax socialization variable had an effect on motor vehicle taxpayer compliance, and the drive thru samsat variable had no effect on motor vehicle taxpayer compliance in Gianyar Regency. Tax socialization encourages people to pay vehicle taxes, while samsat drive thru does not increase public interest in paying motor vehicle taxes.

Keywords: Taxpayer Compliance; Motor Vehicle; Tax Socialization; Samsat Drive Thru



e-ISSN 2302-8556

Vol. 34 No. 4
Denpasar, 28 April 2024
Hal. 1070-1078

DOI:
[10.24843/EJA.2024.v34.i04.p18](https://doi.org/10.24843/EJA.2024.v34.i04.p18)

PENGUTIPAN:

Gurning, H., & Sukartha, P.
D. Y. Y. (2024). Sosialisasi,
Penerapan Samsat Drive Thru
dan Kepatuhan Wajib Pajak
Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal
Akuntansi*, 34(4), 1070-1078

RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk:
17 April 2023
Artikel Diterima:
21 Mei 2023

Artikel dapat diakses : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>

PENDAHULUAN

Otonomi daerah memberikan kebebasan kepada tiap daerah untuk mengurus urusan daerahnya dan memilih kebijakan sesuai kebutuhan daerah. Pemerintah daerah dituntut untuk melakukan pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah secara bijak dan masyarakat dituntut untuk memenuhi setiap kewajibannya. Berdasarkan lembaga pemungutnya, pajak dapat dibagi menjadi pajak pusat dan pajak daerah (Alabede, *et al.*, 2011). Alokasi hasil penerimaan pajak daerah dan retribusi daerah harus adil dan merata (Mafaza, 2016). Penerimaan sektor pajak daerah bergantung pada kepatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi semua kewajiban pajaknya. Torgler (2005) menyebutkan bahwa permasalahan yang sangat serius dan sangat berat dihadapi bagi yang membuat kebijakan ekonomi yaitu memberikan motivasi dan dorongan untuk wajib pajak agar mematuhi peraturan perpajakan. Semakin patuh Wajib Pajak, maka penerimaan sektor pajak akan semakin meningkat dan sesuai dengan target. Salah satu jenis pajak yang dijadikan sumber penerimaan pajak daerah adalah pajak kendaraan bermotor. Jumlah kendaraan bermotor yang semakin meningkat tentunya juga dapat memberikan peluang bagi sektor pajak untuk meningkatkan penerimaan pajak kendaraan bermotor. Adanya pandemi Covid-19 mempengaruhi banyak sektor, terutama sektor ekonomi yang menyebabkan masyarakat mengalami kesulitan ekonomi. Kesulitan ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat terutama selaku Wajib Pajak Kendaraan Bermotor tentunya dapat mempengaruhi kepatuhannya dalam membayar kewajiban pajaknya.

Salah satu sumber penting pendapatan negara baik negara maju maupun berkembang adalah pengumpulan pendapatan yang berasal dari pajak, tetapi pencapaian tingkat kepatuhan pajak yang berasal dari dalam diri wajib pajak masih menjadi tantangan sepanjang waktu (Lawan, 2017). Penerimaan pajak kendaraan bermotor tahun 2018 hingga tahun 2020 tidak sesuai dengan target yang sudah ditetapkan, menurut Chau (2009) kepatuhan pajak yang tidak meningkat akan mengancam upaya pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal tersebut menunjukkan bahwa terjadi ketidakpatuhan yang dilakukan oleh Wajib Pajak Kendaraan Bermotor yang ada di Kabupaten Gianyar. Target penerimaan pajak kendaraan bermotor ditetapkan berdasarkan potensi pajak. Potensi pajak kendaraan bermotor dapat berubah sesuai kondisi setelah dilakukan pendataan, seperti kendaraan pernah mengalami kecelakaan sehingga menimbulkan kerusakan, kendaraan sudah tidak layak pakai, kendaraan sudah terjual, pajak yang sudah menunggak cukup lama.

Menurut Nugroho (2020), dalam perpajakan khususnya pajak kendaraan bermotor, sosialisasi perpajakan adalah usaha dalam memberikan pengertian, informasi dan pembinaan kepada masyarakat khususnya segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan dan perundang-undangan. Sosialisasi akan memberikan pengetahuan kepada wajib pajak tentang pentingnya membayar pajak bagi daerah dan Negara. Pemerintah daerah memiliki hak untuk memberi sosialisasi kepada masyarakat setempat. Dengan dilakukannya sosialisasi, maka diharapkan pemahaman yang dimiliki oleh Wajib Pajak dapat ditingkatkan. Begitu juga dengan penerapan sistem baru yang ada saat ini, yaitu sistem samsat drive thru, perlu sosialisasi dan pemberian informasi kepada masyarakat secara

luas yang menjadi Wajib Pajak Kendaraan Bermotor, agar pemahamannya tentang sistem Samsat drive thru ini dapat ditingkatkan Memberikan pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepatuhan dari wajib pajak (Rajif, 2012).

Adanya Samsat drive thru ini ditunjukkan untuk dapat meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dalam memenuhi kewajiban pajaknya. Namun, apabila keberadaan Samsat drive thru ini tidak diiringi dengan sosialisasi agar masyarakat lebih memahami pentingnya untuk membayar pajak kendaraan bermotor serta dengan kemudahan yang ditawarkan melalui Samsat drive thru ini, akan memengaruhi kepatuhan dari Wajib Pajak Kendaraan Bermotor itu sendiri. Ketika Wajib Pajak memiliki pemahaman yang baik mengenai perpajakan dan pentingnya membayar pajak serta dengan kemudahan yang ditawarkan melalui Samsat drive thru ini, maka akan menimbulkan kesadaran dalam benak Wajib Pajak untuk membayar kewajiban perpajakannya, maka akan memengaruhi kepatuhannya dalam membayar pajak. Semakin efektif sosialisasi yang dilakukan, semakin sadar warga akan lebih patuh dalam memenuhi kewajiban pengeluarannya dalam hal ini adalah pajak. Sosialisasi yang diperlukan untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak, penerapan Samsat drive thru juga dapat memengaruhi kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Keberadaan sistem Samsat Drive Thru memberikan kemudahan dan kepraktisan bagi Wajib Pajak dalam pelaksanaan pembayaran Pajak. Sebelum adanya sistem Samsat drive thru ini pembayar pajak diharuskan membawa berkas-berkas yang lebih rumit dan harus datang langsung ke Kantor Samsat. Namun, dengan adanya sistem-Samsat drive thru ini pembayaran pajak kendaraan bermotor menjadi lebih mudah dan waktunya lebih efisien, tentunya dapat memengaruhi kepatuhan Wajib Pajak. Ketika sistem Samsat drive thru memberikan kemudahan dan kepraktisan serta efisiensi dalam segi waktu dan biaya, Wajib Pajak cenderung akan memilih untuk membayar kewajiban perpajakannya. Seperti penelitian yang sudah dilakukan Rizal (2019) yang menemukan adanya pelaksanaan Samsat drive thru berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, adapun tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh sosialisasi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten Gianyar serta untuk mengetahui dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh penerapan Samsat drive thru terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten Gianyar.

Theory of Planned Behaviour (TPB) menyatakan bahwa adanya perilaku yang diakibatkan oleh individu timbul disebabkan adanya keinginan setiap individu dalam berperilaku (Ajzen, 2011). Teori ini merupakan teori psikologis yang menghubungkan suatu kepercayaan dan perilaku untuk menjelaskan maksud dari perilaku yang dilakukan oleh suatu individu. Menurut teori ini, perilaku individu dalam suatu masyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor dengan alasan tertentu dan muncul secara terencana. Adapun beberapa faktor yang memunculkan niat untuk berperilaku, yaitu *Behavioral Beliefs*, *Normative Beliefs*, *Control Beliefs*.

Dikaitkan dengan penelitian ini, *Theory Planned of Behaviour* berkaitan untuk mendeskripsikan tentang keadaan setiap Wajib Pajak dalam menjalankan

setiap kewajiban perpajakannya. *Behavioral beliefs*, *normative beliefs*, dan *control beliefs* digunakan sebagai faktor yang mempengaruhi individu dalam berperilaku. Sebelum melakukan suatu tindakan, setiap individu akan memiliki keyakinan tentang hasil dari perilakunya tersebut, dimana kemudian yang bersangkutan akan memutuskan dan memilih untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut adanya *control beliefs* juga menentukan apakah akan dilakukannya tindakan tersebut dimana faktor pendukung seperti kenyamanan tersendiri sebagai Wajib Pajak yang patuh, kondisi mendesak seperti Razia lalu lintas serta faktor penghambat seperti kurangnya kesadaran Wajib Pajak terhadap pentingnya membayar pajak terhadap pembangunan daerah, kondisi ekonomi Wajib Pajak, dan seperti biaya sanksi yang harus dibayar ketika terlambat dalam pembayaran pajak.

Sosialisasi perpajakan adalah aktivitas menyalurkan informasi yang tepat dengan tujuan untuk menambah pengetahuan tentang arti pentingnya membayar pajak sehingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Sosialisasi perpajakan penting untuk dilakukan karena hal ini berhubungan langsung dengan kesadaran Wajib Pajak terhadap kewajiban perpajakan yang harus dilaksanakan. Melalui kegiatan sosialisasi perpajakan yang efektif diharapkan dapat menyampaikan informasi dengan tepat, sehingga mudah diserap oleh masyarakat, khususnya bagi Wajib Pajak, baik mengenai hak maupun kewajiban setiap individu sesuai dengan peraturan peraturan tentang pajak dan perundang-undangan yang berlaku.

Samsat drive thru adalah suatu bentuk pengaplikasian *Fast Success* Program serta merupakan bentuk perluasan pemenuhan administrasi yang diberikan kepada warga dalam memungut biaya kendaraan (Ajzen, 2011). Samsat drive-thru merupakan salah satu administrasi dengan tujuan akhir untuk mengefektifkan pemenuhan tanggung jawab warga dalam memenuhi kewajiban dari kendaraan bermotor dengan administrasi yang memberikan program yang aman dan nyaman. Warga senang dengan sifat administrasinya karena bantuan tersebut dinilai lebih berhasil dan mahir dalam penyelesaian retribusi kendaraan bermotor. Samsat drive thru adalah proses pelayanan yang dapat dilakukan oleh Wajib Pajak tanpa harus turun dari kendaraan yang sedang digunakan untuk membayar pajak, layanan ini seperti pengesahan STNK, Pembayaran PKB dan SWDKLLJ. Wajib Pajak cukup memberikan satu STNK lama disertai nominal pajak yang dikenakan sesuai jumlah pajak diloket yang dapat diraih tersebut. Setelah melakukan transaksi tersebut, Wajib Pajak hanya perlu mengambil dan menyimpan bukti pembayaran pajak tersebut dan tanda bukti perpanjangan STNK yang telah didapatkan (Puteri, P. O., 2019).

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Theory Planned of Behaviour* menyatakan bahwa *behavioral beliefs*, *normative beliefs*, dan *control beliefs* merupakan tiga faktor yang sangat berpengaruh bagi seseorang untuk berperilaku. Sebelum melakukan suatu tindakan, individu tersebut akan memiliki keyakinan terlebih dahulu mengenai hasil yang akan diperolehnya dari perilakunya tersebut, dimana kemudian yang bersangkutan akan memulai untuk memutuskan melakukan atau tidak perilaku tersebut. Dengan adanya sosialisasi perpajakan kepada Wajib-Pajak, maka akan muncul kesadaran Wajib Pajak untuk melaksanakan kewajibannya. Ketika Wajib

Pajak sadar terhadap kewajiban perpajakannya, maka Wajib Pajak cenderung akan memiliki keyakinan mengenai pentingnya membayar pajak untuk membantu penyelenggaraan pembangunan yang sedang berlangsung di daerah. Setelah memiliki keyakinan, seseorang ketika akan melakukan suatu perilaku akan mempertimbangkan bagaimana harapan orang lain atas perilaku yang dilakukannya. Kesadaran Wajib Pajak atas kewajiban membayar pajaknya dan Wajib Pajak akan melakukan pertimbangan apakah perilaku untuk patuh atau tidak patuh terhadap kewajiban pajaknya akan memberikan dampak yang baik atau buruk bagi orang lain. Melalui sosialisasi tentang perpajakan yang sudah diberikan, maka akan dapat meningkatkan kesadaran dari Wajib Pajak mengenai pentingnya membayar pajak. Aditya (2020) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan merupakan salah satu bentuk kegiatan pelayanan yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) untuk meningkatkan pengetahuan perpajakan yang dimiliki oleh Wajib Pajak terhadap peraturan serta kebijakan perpajakan yang sedang berlaku. Dengan dilakukannya sosialisasi maka diharapkan pemahaman yang dimiliki oleh Wajib Pajak dapat ditingkatkan, sehingga nantinya dapat memengaruhi kepatuhannya dalam membayar kewajiban perpajakan. Semakin efektif sosialisasi yang dilakukan, semakin sadar Wajib Pajak, maka Wajib Pajak akan semakin patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin sering dan efektif sosialisasi mengenai perpajakan maka akan cenderung meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajibannya. Berdasarkan uraian dan beberapa penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu

H₁: Sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Pengaruh Penerapan Samsat drive thru terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Kepatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban pajaknya sangat penting untuk ditingkatkan, karena semakin patuh wajib pajak maka penerimaan dari sektor pajak akan semakin meningkat. Namun, sering kali hal yang menyebabkan Wajib Pajak enggan untuk patuh terhadap kewajiban perpajakannya dikarenakan terlalu rumitnya syarat yang harus dipenuhi, salah satunya syarat yang diperlukan untuk membayar pajak kendaraan bermotor di kantor samsat. Oleh karena itu, terjadi pembaharuan sistem pembayaran pajak kendaraan bermotor dengan menerapkan sistem Samsat drive thru. *Theory of Planned Behaviour* menyatakan bahwa setelah seorang individu memiliki keyakinan tentang hasil dari perilaku dan harapan orang lain atas perilakunya, maka individu tersebut juga akan memiliki keyakinan atas faktor-faktor yang menghambat perilaku yang akan ditampilkannya. Hal ini berkaitan dengan penerapan sistem pembayaran pajak kendaraan bermotor yang saat ini menggunakan Samsat drive thru. Ketika seorang Wajib Pajak ingin melakukan pembayaran pajak, namun memerlukan berkas-berkas yang banyak dan membutuhkan waktu serta biaya transportasi yang lebih banyak akan dapat menghambat Wajib Pajak dan tentunya dapat menghilangkan keinginannya untuk membayar pajak. Terkait dengan pembaharuan sistem pembayaran pajak terutama pajak kendaraan bermotor yang semakin mudah yang bisa dilakukan dengan waktu yang singkat, syarat-syarat yang mudah, dan juga mengurangi biaya transport yaitu melalui Samsat drive thru sehingga tentunya akan

memengaruhi perilaku kepatuhan yang akan dilakukan oleh Wajib Pajak tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Puteri, P. O., (2019), yang mengatakan bahwa Samsat drive thru berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor, Berdasarkan uraian dan beberapa penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H2: Penerapan Samsat drive thru berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Gianyar, tepatnya di Kantor Samsat drive thru Kabupaten Gianyar yang berlokasi di Jl. Raya Batubulan No.9, Batubulan, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu kepatuhani Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah sosialisasi (X1) dan penerapan Samsat drive thru (X2). Dalam penelitian ini yang menjadi sampel penelitian adalah 100 Wajib Pajak Kendaraan Bermotor yang terdaftar di Kantor Samsat Gianyar periode 2018-2020. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Insidental Sampling*. Adapun Model persamaan model struktural dirumuskan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + e \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan: K = Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Y); α = Konstanta; β_1-2 = Koefisien Regresi; X1 = Sosialisasi Pajak; X2 = Penerapan Samsat drive thru; e = *Standard Error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized		Standardized		Collinearity		
	Coefficient		Coefficient		Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig	Tolerance	VIF
(Constant)	7,709	1,230		5,756	0,00		
Sosialisasi Pajak	0,499	0,082	0,593	6,104	0,00	0,599	1,670
Samsat drive thru	0,100	0,083	0,117	1,205	0,231	0,599	1,670

Sumber : Data Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil analisis seperti yang disajikan pada Tabel 1, maka dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

$$\hat{Y}_1 = 7,709 + 0,499 X_1 + 0,100 X_2 + e \dots\dots\dots(2)$$

Berdasarkan Tabel 1 untuk variabel sosialisasi pajak (X1) diperoleh p-value yaitu) $0,00 \leq 0,05$ ini berarti variabel X1 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y). Artinya Sosialisasi Pajak memiliki pengaruh yang kuat terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Kesadaran wajib pajak adalah suatu kondisi dimana wajib pajak memiliki kesanggupan dan kemauan untuk

memenuhi kewajiban pajaknya dalam mengetahui, mengakui, menghargai dan menaati ketentuan perpajakan yang berlaku. Kesadaran wajib pajak merupakan itikad baik seseorang yang berasal dari hati nuraninya yang tulus dan ikhlas dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Setelah mendapatkan pengetahuan tentang pentingnya pajak yang salah satunya berasal dari sosialisasi perpajakan, seharusnya wajib pajak memiliki kesadaran diri untuk membayar pajak. Hasil analisis menunjukkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Berarti semakin tinggi pemahaman wajib pajak terhadap pentingnya membayar pajak berdasarkan sosialisasi yang dilakukain, maka akan semakin meningkatnya kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kantor Samsat Gianyar, sebaliknya jika sosialisasi tidak dilakukan maka berpengaruh terhadap menurunnya kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kantor Samsat Gianyar.

Hasil tersebut sejalan dengan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yaitu normative beliefs yaitu keyakinan tentang standarisasi asumsi bagi orang lain dan memberikan inspirasi untuk memenuhi asumsi-asumsi tersebut. Sosialisasi pajak yang dilakukan memberi inspirasi dan mendorong Wajib Pajak untuk berperilaku sehingga muncul kesadaran pajak yang dimiliki oleh wajib pajak. Ketika Wajib Pajak sadar terhadap kewajiban perpajakannya, maka Wajib-Pajak yang cenderung akan memiliki keyakinan mengenai pentingnya kesadaran membayarkan pajak untuk membantu penyelenggaraan pembangunan. Setelah memiliki keyakinan, seseorang ketika akan melakukan suatu perilaku akan mempertimbangkan bagaimana harapan orang lain atas perilaku yang dilakukannya, dimana hal ini bersangkutan dengan kesadaran wajib pajak atas kewajiban membayar pajaknya dan Wajib Pajak akan melakukan pertimbangan apakah perilaku untuk patuh atau tidak patuh terhadap kewajiban pajaknya akan memberikan dampak yang baik atau buruk bagi orang lain.

Wajib pajak yang memahami dengan baik mengenai pentingnya membayar pajak melalui sosialisasi, memiliki kepercayaan dan keyakinan untuk melaksanakan kewajibannya serta adanya pihak eksternal yang mempengaruhi wajib pajak untuk berperilaku patuh, maka akan meningkatkan kepatuhan dari wajib pajak dalam membayar kewajibannya, dengan meningkatkan kepatuhan wajib pajak maka tujuan dari sosialisasi pajak terealisasi. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Rusmayani, N. M. L., & Supadmi (2017) menemukan bahwa sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap adanya kepatuhan Wajib Pajak. Selain itu, penelitian yang sejalan juga dilakukan oleh (Mertayasa, 2021) yang menemukan hasil bahwa sosialisasi perpajakan memberikan pengaruh yang positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Berdasarkan Tabel 1 Samsat drive thru diperoleh p-value yaitu $0,231 > 0,05$ ini berarti variabel X2 memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y). Artinya Samsat drive thru memiliki pengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak namun berdasarkan hasil uji t tidak memberikan pengaruh yang kuat (tidak signifikan). Samsat drive thru adalah inovasi yang dilakukan untuk membantu atau mempermudah wajib pajak dalam membayar kewajiban pajak kendaraan bermotor. Samsat drive-thru merupakan salah satu administrasi dengan tujuan akhir untuk mengefektifkan pemenuhan tanggung

jawab warga dalam memenuhi kewajiban dari kendaraan bermotor dengan administrasi yang memberikan program yang aman dan nyaman. Hasil analisis menunjukkan bahwa adanya Samsat drive thru tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak di Kabupaten Gianyar.

Theory of Planned Behavior terkait dengan *Control Beliefs*, adalah keyakinan setiap orang tentang adanya hal-hal yang memberi dukungan atau sebaliknya menghambat perilaku yang ditampilkann (*control beliefs*) dan pandangan tentang seberapa kuat hal-hal yang membantu serta menghalangi perilakunya tersebut (*perceived power*). penerapan sistem pembayaran pajak kendaraan bermotor yang saat ini menggunakan Samsat drive thru. Ketika seorang pajak ingin melakukan pembayaran pajak, namun memerlukan berkas-berkas yang banyak dan membutuhkan waktu serta biaya transportasi yang lebih banyak akan dapat menghambat Wajib Pajak dan tentunya dapat menghilangkan keinginannya untuk membayar pajak. Terkait dengan pembaharuan sistem pembayaran pajak terutama pajak kendaraan bermotor yang semakin mudah yang bisa dilakukan dengan waktu yang singkat, syarat-syarat yang mudah, dan juga mengurangi biaya transport yaitu melalui Samsat drive thru sehingga tentunya akan memengaruhi perilaku kepatuhan yang akan dilakukan oleh Wajib Pajak tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rizal (2019) yang menyatakan bahwa samsat drive thru tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Puteri, P. O., 2019) yang mengatakan bahwa Samsat drive thru berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

SIMPULAN

Simpulan yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan yaitu Sosialisasi Pajak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Gianyar. Artinya semakin baik pengetahuan mengenai pembayaran pajak yang dimiliki warga di Kabupaten Gianyar, maka kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor akan semakin meningkat. Penerapan Samsat drive thru tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di kabupaten Gianyar. Artinya Samsat drive thru tidak mempengaruhi masyarakat dalam membayar pajak, hal ini bisa terjadi karena berbagai faktor seperti Samsat drive thru, lokasi, pelayanan, alternatif membayar pajak lainnya seperti samsat keliling, kantor samsat pembantu, serta Samsat drive thru yang masih baru di masyarakat.

Saran yang dapat diberikan bagi Kantor Samsat Gianyar diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang inovasi Samsat drive thru agar warga lebih memahami kelebihan yang ditawarkan oleh inovasi-inovasi yang diciptakan. Sehingga diharapkan Samsat drive thru akan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Bagi masyarakat agar lebih taat dan patuh dalam menjalankan kewajiban sebagai seorang wajib pajak, seorang wajib pajak taat dalam pembayaran pajaknya maka akan berdampak positif bagi pemasukan Negara. Bagi peneliti selanjutnya agar ada pembaharuan periode penelitian karena keadaan di masa yang akan datang

dibandingkan dengan saat penelitian ini dilakukan relatif berbeda, sehingga dapat lebih menunjukkan keadaan sebenarnya dalam penelitian.

REFERENSI

- Aditya, I. G. S., Mahaputra, I. N. K. A., & Sudiartana, I. M. (2020). *Pengaruh Kesadaran, Sanksi, Samsat Drive Thru, Pelayanan Fiskus, Dan E-Samsat Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. 187–204. www.jarakpos.com
- Ajzen, I. (2011). The Theory Of Planned Behaviour: Reactions And Reflections. *Psychology And Health*. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Alabede, James O., Z. B. Z. A. dan K. M. I. (2011). Tax Service Quality and Compliance Behaviour in Nigeria: Do Taxpayer's Financial Condition and Risk Preference Play Any Moderating Role? *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 35, 90–108.
- Chau, G. and P. L. (2009). A Critical Review of Fischer Tax Compliance Model: A Research Syntesis. *Journal of Accounting and Taxation*, 1(2), 34–40.
- Lawan, J. U. dan U. S. (2017). A Review Of Fischer Tax Compliance Model: A Proposal For Nigeria. *International Journal of Advanced Academic Research*, 3(7), 54–69.
- Mafaza, Wildah, Yuniadi Mayowan, dan T. H. S. (2016). Kontribusi Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dalam Pendapatan Asli Daerah. *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, 11(1).
- Mertayasa, I. W., Seri Ekayani, N. N., & Jayanti, L. G. . S. E. (2021). Pengaruh E-Filing, Sanksi, Kesadaran, Dan Sosialisasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan Pada KPP Pratama Gianyar. *Jurnal Riset Akuntansi Warmadewa*, 2(1), 29–34. <https://doi.org/10.22225/jraw.2.1.2928.29-34>
- Nugroho, V. Q. (2020). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(1).
- Puteri, P. O., E. al. (2019). Analisis Pengaruh Sanksi Administrasi, Tingkat Pendapatan, Dan Sistem Samsat Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Kasus Kantor Samsat Kota Padang). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3).
- Rajif, M. (2012). Pengaruh Pemahaman, Kualitas Pelayanan dan Ketegasan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak UKM di Cirebon. *Ejournal Universitas Gunadarma*.
- Rizal, A. S. (2019). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor Dan Sistem Samsat Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*.
- Rusmayani, N. M. L., & Supadmi, N. L. (2017). Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan, Sanksi Dan Kualitas Pelayanan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(1), 173–201.
- Torgler, B. (2005). Direct Democracy and Tax Morale. *European Journal of Political Economy*, 21, 525–531.