

**PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN KUALITAS
PELAYANAN DENGAN KEPERCAYAAN PUBLIK SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI TERHADAP LOYALITAS WAJIB PAJAK DI KABUPATEN
TANGGAMUS PROVINSI LAMPUNG**

DISERTASI

**Oleh
ALVINDRA**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

**PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN KUALITAS
PELAYANAN DENGAN KEPERCAYAAN PUBLIK SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI TERHADAP LOYALITAS WAJIB PAJAK DI KABUPATEN
TANGGAMUS PROVINSI LAMPUNG**

**Oleh:
ALVINDRA**

Disertasi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
DOKTOR

Pada
Program Studi Pembangunan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lampung



**PROGRAM DOKTOR STUDI PEMBANGUNAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPERCAYAAN PUBLIK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI TERHADAP LOYALITAS WAJIB PAJAK DI KABUPATEN TANGGAMUS PROVINSI LAMPUNG

Oleh

ALVINDRA

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh sosialisasi pajak dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas wajib pajak dengan kepercayaan publik sebagai variabel mediasi pada pengelolaan pajak daerah di Kabupaten Tanggamus. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peningkatan loyalitas wajib pajak sebagai fondasi keberlanjutan fiskal daerah, terutama pada daerah yang masih menghadapi keterbatasan kapasitas Pendapatan Asli Daerah dan membutuhkan penguatan kepatuhan pajak secara berkelanjutan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Data diperoleh melalui survei terhadap wajib pajak daerah dan dianalisis menggunakan SmartPLS melalui pengujian model pengukuran, model struktural, serta uji bootstrapping untuk menguji signifikansi hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas wajib pajak ($\beta = 0,649$; $p < 0,001$) dan terhadap kepercayaan publik ($\beta = 0,646$; $p < 0,001$). Kepercayaan publik juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas wajib pajak ($\beta = 0,246$; $p = 0,006$). Sementara itu, sosialisasi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan publik ($\beta = 0,210$; $p = 0,043$), tetapi tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap loyalitas wajib pajak ($\beta = 0,070$; $p = 0,191$). Temuan ini menunjukkan bahwa sosialisasi pajak lebih efektif dalam meningkatkan loyalitas wajib pajak apabila bekerja melalui penguatan kepercayaan publik. Kebaruan penelitian ini terletak pada perumusan Model INDRA, yaitu model sosialisasi pajak daerah berbasis kepercayaan publik yang terdiri dari lima unsur utama: Informasi, Nilai Manfaat, Data Terbuka, Respons Aduan, dan Akuntabilitas. Model ini menempatkan sosialisasi pajak bukan sekadar sebagai kegiatan penyampaian informasi administratif, tetapi sebagai mekanisme untuk membangun kepercayaan masyarakat melalui keterbukaan manfaat pajak, peningkatan kualitas pelayanan, mekanisme pengaduan, dan pertanggungjawaban pengelolaan pajak daerah. Penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan loyalitas wajib pajak memerlukan strategi terpadu yang menghubungkan pelayanan pajak, transparansi pemanfaatan pajak, dan kepercayaan publik guna mendukung tata kelola fiskal daerah yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Kata kunci: Sosialisasi Pajak, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Publik, Loyalitas Wajib Pajak, Sem-Pls, Pajak Daerah.

ABSTRACT

THE EFFECT OF TAX SOCIALIZATION AND SERVICE QUALITY ON TAXPAYER LOYALTY WITH PUBLIC TRUST AS A MEDIATING VARIABLE: EVIDENCE FROM TANGGAMUS REGENCY, LAMPUNG PROVINCE

By

ALVINDRA

This study aims to analyze the effect of tax socialization and service quality on taxpayer loyalty, with public trust as a mediating variable in local tax administration in Tanggamus Regency. The study is grounded in the argument that regional fiscal sustainability is not determined solely by regulations and tax collection administration, but also by the quality of the relationship between local government and citizens. In a region whose fiscal capacity still needs strengthening, taxpayer loyalty becomes an important foundation for optimizing local revenue. This study applies a quantitative approach using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Data were collected through a survey of local taxpayers and analyzed using SmartPLS through measurement model testing, structural model testing, and bootstrapping. The results show that service quality has a significant effect on taxpayer loyalty ($\beta = 0.649$; $p < 0.001$) and public trust ($\beta = 0.646$; $p < 0.001$). Public trust also has a significant effect on taxpayer loyalty ($\beta = 0.246$; $p = 0.006$). Tax socialization significantly affects public trust ($\beta = 0.210$; $p = 0.043$), but does not have a significant direct effect on taxpayer loyalty ($\beta = 0.070$; $p = 0.191$). These findings indicate that tax socialization is more effective in shaping loyalty when it works through strengthening public trust. The novelty of this study is the formulation of the INDRA Model, a local tax socialization model based on Information, Value of Benefits, Open Data, Complaint Response, and Accountability. This model positions tax socialization as a relational instrument for building trust, transparency, and sustainable taxpayer loyalty.

Keywords: Taxpayer Payment Loyalty; Public Trust; Service Quality; Tax Socialization; Mediation.

PERSETUJUAN

Judul Hasil Penelitian Disertasi : PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN
DAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN
KEPERCAYAAN PUBLIK SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI TERHADAP
LOYALITAS WAJIB PAJAK DI KABUPATEN
TANGGAMUS PROVINSI LAMPUNG

Nama Mahasiswa : Alvindra

Nomor Pokok Mahasiswa : 2136011004


Program Studi : Doktor Studi Pembangunan


Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Promotor

Co Promotor


Prof. Intan Fitri Meutia, S.A.N., M.A., Ph.D.
NIP 198506202008122001


Dr. Dedy Hermawan, S.Sos., M.Si.
NIP 197507202003121002

2) Ketua Program Studi Doktor Studi Pembangunan


Prof. Intan Fitri Meutia, S.A.N., M.A., Ph.D.
NIP 198506202008122001

MENGESAHKAN,


1. Tim Penguji
Ketua : Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.
(Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik)
Sekretaris : Prof. Dr. Noverman Duadji, M.Si.
(FISIP Universitas Lampung)
2. Penguji Eksternal : Dr. Hatta Ridho, S.Sos., M.SP.
(Dekan FISIP Universitas Sumatera Utara)
3. Promotor : Prof. Intan Fitri Meutia, S.A.N., M.A., Ph.D.
(Ketua Program Studi Doktor Studi Pembangunan)
4. Co. Promotor : Dr. Dedy Hermawan, S.Sos., M.Si.
(FISIP Universitas Lampung)
5. Penguji Internal : Prof. Dr. Yulianto, MS
(FISIP Universitas Lampung)
Prof. Drs. Hertanto, M.Si., Ph.D.
(FISIP Universitas Lampung)
Dr. Suropto, S.Sos., M.AB.
(FISIP Universitas Lampung)
Dr. Dra. Dian Kagungan, M.H.
(FISIP Universitas Lampung)

6. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.
NIP. 19760821 2000 03 2 001

7. Direktur Pascasarjana Universitas Lampung



Prof. Dr. H. Murhadi, M.Si.
NIP. 19640326 198902 1 001

Tanggal Lulus Ujian Disertasi : 5 Juni 2026

HALAMAN PERNYATAAN

Nama : Alvindra
Tempat dan Tanggal Lahir : Bandar Lampung, 21 Agustus 1990
Program Studi : Doktor Studi Pembangunan
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
NPM : 2136011004

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Disertasi ini adalah asli (*original*) dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Doktor), baik di Universitas Lampung maupun di perguruan tinggi lain.
2. Seluruh data, informasi, interpretasi, dan pernyataan dalam disertasi ini, kecuali yang disebutkan sumbernya murni hasil penelitian, pemikiran, dan/atau gagasan saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini, serta sanksi lain sesuai ketentuan dan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 30 Maret 2026

Yang Membuat Pernyataan



Alvindra
NPM 2136011004

RIWAYAT HIDUP

Promovendus bernama **Alvindra**, dilahirkan di **Bandar Lampung** pada tanggal **21 Agustus 1990**, dan saat ini berdomisili di **Sukarame Bandar Lampung**. Promovendus merupakan putra dari **Devina Hasyim** dan **Elsiana**. Saat ini, promovendus telah berkeluarga dengan **Mutiara Aprilasari** dan dikaruniai **3 (Tiga) orang anak**, yaitu Rafanda Ziya Inara, Harun Ar-Rasyid, dan Harun Faaz Al-Hasyim.

Riwayat pendidikan formal promovendus dimulai dari **Sekolah Dasar di SD Al-Azhar Bandar Lampung**, kemudian melanjutkan ke **Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 4 Bandar Lampung**, dan **Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 5 Bandar Lampung**. Pendidikan Sarjana (S1) ditempuh pada **Program Studi Ilmu Pemerintahan di Universitas Lampung** dan diselesaikan pada Tahun **2013**. Selanjutnya, promovendus melanjutkan pendidikan Magister (S2) pada **Program Studi Magister Ilmu Pemerintahan di Universitas Lampung** dan lulus pada tahun **2015**. Pendidikan Doktor (S3) ditempuh pada **Program Studi Pembangunan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung**.

Dalam perjalanan kariernya, promovendus pernah menjabat sebagai Plt. Kasubbag Pemerintahan Pekon dan Kelurahan Pada Bagian Tata Pemerintahan Setdakab Tanggamus, Koordinator Islamic Center dan Mess Pemda di BPKD Kabupaten Tanggamus, Kasubbid Pengendalian Pendapatan Daerah Pada BPKD Kabupaten Tanggamus, Plt. Kabid PBB-P2, BPHTB, dan Opsen Pajak Pada Bapenda Kabupaten Tanggamus, dan saat ini berprofesi sebagai Koordinator Sekretariat di Bawaslu Kabupaten Tanggamus. Selain itu, promovendus juga aktif dalam berbagai kegiatan akademik dan profesional, seperti menjadi Tutor di Universitas Terbuka Bandar Lampung, menginisiasi Terbentuknya Dewan Kemakmuran Masjid Islamic Center Kota Agung, Pengurus KAHMI Tanggamus, Sekretaris PBSI Tanggamus, Sekretaris Pelti Tanggamus, Ketua ESI Tanggamus, dan ikut menggalang Kegiatan Kemasyarakatan Non-APBD Seperti Tanggamus Islamic Festival dan Tanggamus Colour Run.

Adapun karya ilmiah yang telah dihasilkan antara lain 1. *Tax Socialization, Service Quality and Taxpayer Loyalty: Public Trust as a Mediating Variable In Tanggamus Regency, Lampung.*, 2. *The Paradox of Tax Socialization: Why Fiscal Education Fails To Directly Driver Taxpayer Loyalty.*

Pada ujian terbuka ini, promovendus akan mempertahankan disertasi yang berjudul: “Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Kualitas Pelayanan Dengan Kepercayaan Publik Sebagai Variabel Mediasi Terhadap Loyalitas Wajib Pajak di Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung”.

Disertasi ini membahas tentang Rendahnya Kemandirian Fiskal di Daerah setelah penerapan desentralisasi (otonomi daerah) dengan Pajak sebagai salah satu penyumbang Pendapatan Negara, dengan tujuan untuk menganalisis Variabel yang paling berpengaruh terhadap terbentuknya Loyalitas Wajib Pajak di Kabupaten Tanggamus sehingga diharapkan dengan meningkatnya loyalitas wajib pajak di kabupaten tanggamus dapat mempercepat pembangunan dan kemandirian fiskal kabupaten tanggamus sehingga rencana pembangunan dapat berjalan sebagaimana mestinya, serta menggunakan metode kuantitatif eksplanatori. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, kebijakan, maupun praktik di bidang pendapatan daerah khususnya bidang perpajakan.

Demikian riwayat singkat promovendus

Dengan demikian kami tim promotor menyerahkan promovendus kepada ketua penguji untuk dilakukan pengujian selanjutnya

BIODATA

Nama lengkap : Alvindra, S.I.P., M.I.P.
Tempat/Tanggal Lahir : Bandar Lampung/21 Agustus 1990
Jabatan : Koordinator Sekretariat Bawaslu Tanggamus
N I P : 19900821 101502 1 002
Pangkat dan Golongan Ruang : Penata Tingkat I (III/d)
e-Mail : alvindra20@gmail.com
Alamat Kantor : Komplek Pemerintah Kabupaten Tanggamus
Jl. Urip Sumoharjo Gg. Bintara II No.38 Kelurahan
Alamat Rumah : Sukarame, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung
Pendidikan :
1. Ilmu Pemerintahan Fisip Unila 2008-2013
2. Magister Ilmu Pemerintahan (MIP) FISIP Unila 2013-2015
3. Doktor Studi Pembangunan FISIP UNILA 2021-2026
Pengalaman Pekerjaan :
1. Plt. Kasubbag Pemerintahan Pekon dan Kelurahan Pada Bagian Tata Pemerintahan Setdakab Tanggamus 2019;
2. Koordinator Islamic Center dan Mess Pemda di BPKD Kabupaten Tanggamus 2020-2021;
3. Kasubbid Pengendalian Pendapatan Daerah Pada BPKD Kabupaten Tanggamus 2021-2023;
4. Plt. Kabid PBB-P2, BPHTB, dan Opsen Pajak Pada Bapenda Kabupaten Tanggamus 2025;
5. Analis Keuangan Pusat dan Daerah 2023 s.d. Sekarang.

Bandar Lampung, 3 Juni 2026

Alvindra

SANWACANA

Alhamdulillah Puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas segala nikmat dan karunia- Nya yang telah diberikan dan dilimpahkan kepada Penulis sehingga disertasi dengan judul **“Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Kualitas Pelayanan dengan Kepercayaan Publik Sebagai Variabel Mediasi Terhadap Loyalitas Wajib Pajak di Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung”** dapat diselesaikan, teriring shalawat dan salam kepada junjungan besar kita Nabi Muhammad SAW. Penyelesaian Program Studi Doktor Studi Pembangunan yang penulis tempuh ini banyak mendapat bantuan dan dukungan baik moril maupun materil dari berbagai pihak. Semoga bantuan dan dukungan yang diberikan medapat kebaikan yang berlipat ganda oleh Allah SWT.

Pada kesempatan ini Penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat selaku Promotor Yunda Prof. Intan Fitri Meutia, S.A.N., M.A., Ph.D sekaligus Ketua Program Studi Pembangunan Terimakasih atas bimbingan, kesabaran dalam membimbing, memotivasi sehingga banyak inspirasi muncul bagi penulis insya Allah digandakan balasannya oleh Allah Subhanahuataala, Kanda Dr. Dedy Hermawan, S.Sos., M.Si. selaku Ko-Promotor yang telah memberikan, bimbingan, arahan, pencerahan dan motivasi kepada penulis untuk tercapainya hasil terbaik dari penulisan disertasi ini, Terimakasih kanda mulai dari mengajari penulis belajar mengaji Alhamdulillah sampai menghantarkan penulis menyelesaikan S3. Demikian juga ucapan terima kasih kepada penguji eksternal Kanda Dr. Hatta Ridho, S.Sos., M.SP. selaku Dekan FISIP Universitas Sumatera Utara yang telah berkenan Hadir di tengah kesibukan beliau untuk meluangkan waktu, pikirannya dan tenaganya dalam memberikan koreksi dan masukan pada disertasi ini.

Penghargaan setinggi-tingginya juga kepada yang terhormat Ketua Penguji Sekaligus Dekan Fisip Universitas Lampung Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si terimakasih atas dukungan dan dorongan luar biasa kepada penulis sehingga penulis Kembali bersemangat dalam menyelesaikan disertasi ini, selanjutnya Kepada Sekretaris Penguji Bapak Prof. Dr. Noverman Duadji, M.Si atas diskusi hangat masukan yang progresif sehingga membuka pikiran penulis, Bapak Prof. Dr. Yulianto, M.S. Terimakasih atas masukan dan pikiran-pikiran taktis terkait dengan pajak yang sangat membantu penulis, Ayahanda Prof. Drs. Hertanto, M.Si., Ph.D. yang luar biasa menjadi oase bagi penulis, beliau penulis anggap sebagai ayah dan tauladan di kampus yang telah banyak memberikan dukungan, motivasi, koreksi, masukan dan semangat kepada penulis, Prof. Dr. Dr. Suropto, S.Sos., M.AB Terimakasih atas kesabaran dalam memotivasi penulis serta koreksi yang sangat menginspirasi penulis khususnya dalam kuantitatif, dan Dr. Dra. Dian Kagungan, M.H. selaku penguji internal yang telah banyak memberikan saran dan masukan serta motivasi kepada penulis agar lebih menyempurnakan hasil disertasi ini. Selanjutnya penulis juga menghaturkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Rektor Universitas Lampung Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., ASEAN Eng atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada penulis untuk dapat mengikuti dan menyelesaikan pendidikan pada Program Doktor (S3) Studi Pembangunan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si dan Ketua Program Studi Doktor Studi Pembangunan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung Prof. Intan Fitri Meutia, S.A.N., M.A., Ph.D atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada penulis untuk dapat mengikuti dan menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Doktor Studi Pembangunan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Seluruh staf pengajar pada Program Doktor Studi Pembangunan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu dan motivasi dalam setiap perkuliahan kepada penulis.

4. Seluruh Dosen pengajar pada Program Doktor Studi Pembangunan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu dan motivasi dalam setiap perkuliahan kepada penulis Ibunda Prof. Ari Darmastuti, Kanda Prof Arizka Warganegara, Ibu Dr. Tabah Maryanah.
5. Rekan-rekan satu angkatan di Program Studi Doktor Studi Pembangunan angkatan 2021, yaitu Bapak Fahrizal Darminto, Abang Andri Jasman, Aep Susanto, Bang Larto Darmawan, Bang Himawan, Yunda Wulan Suciska, Bang Untung, Bang Simon Sumanjoyo, Angkatan 2022 Kanda Darmawan Purba, Bang Haryanto, Bapak Anthoni, Bang Hantoni Hasan, Mbak Andi Windah, Kanda Taufiq Widodo, Bang Faisal Nomani, Bang Riza, Yunda Intania Lestari serta angkatan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu terimakasih atas dukungan Moril dan Materil serta waktu berdiskusi dan bekerjasama dalam rangka penulis menyelesaikan disertasi ini.
6. Pimpinan Bawaslu Provinsi Lampung Kanda Iskardo P. Panggar, Kanda Tamri, Kanda Gistiawan, Kanda Suheri, Mas Imam Bukhori, Bang Hamid Badrul Munir, Bang Ahmad Qohar. Pimpinan Sekretariat Bawaslu Provinsi Lampung Bapak Achmad Sutiono, Bang Indra Darmawan, Bang Erwin Prima Rinaldo, Ibu Mimi Ambriani yang telah memberikan support moril dan materil kepada penulis dalam menyelesaikan studi.
7. Pimpinan KPU Provinsi Lampung Kanda Erwan Bustami, Hermansyah, Kanda Angga Lazuardi, Bang Dedi Fernando, Bang Ervan Jaya, serta Bang Yustian Umri Sangon Yang telah memberikan support dan Doa kepada penulis.
8. Pimpinan Bawaslu Tanggamus Kanda Wediyansyah, Bang Evi Saputra, Kang Feri Arianto, dan Bang Ikhwanuddin, Yang Telah memberikan izin, motivasi, nasehat, juga semangat untuk menyelesaikan studi ini, Wabil Khusus Kepada Kanda Najih Mustofa Ketua Bawaslu Tanggamus yang senantiasa memberikan asupan semangat Lahir dan batin, support moril dan materil siang maupun malam sehingga penulis dapat menyelesaikan disertasi ini dengan baik dan benar.

9. Jajaran Sekretariat Bawaslu Tanggamus Bang Budianto, Dian, Adinda, Eko, Fatur, Yahya, Bang Budi Setiawan, Laili, Heviana, Satria, Anam, Hardianto, Anggarda, Alfren, Bukhori, Apriyandi, Apri Mashur, Heri, Isnatul, Mega, Junai, Agus yang yang telah memberikan dukungan, dan bantuan langsung atas penyelesaian disertasi ini.
10. Kanda Darmawan Purba, Yunda Fitri Juliana Sanjaya, Adinda Ayub, Faizi, Hafiz Terimakasih tak terhingga telah berkenan di Ganggu Waktu Istirahatnya Wabil khusus sampai 2/3 malam untuk berdiskusi membahas teori dan metodologi sehingga penulis mampu menyelesaikan Karya Tulis Ini.
11. Seluruh staf pegawai pada sekretariat Program Studi Doktor Studi Pembangunan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, terutama pada mba Fitri yang telah banyak membantu penulis dalam mengurus keperluan administrasi kampus.
12. Bupati Tanggamus Bapak Mohammmad Saleh Asnawi, Bapak Wakil Bupati Bapak Agus Suranto, Sekda Tanggamus Bapak Suaidi, Kaban BKAD Ibu Afrida Susanti, Kaban Bapenda Bang Nanang Sumarlin, Asisten III Setdakab. Tanggamus Bapak John Novri, yang telah memberikan kemudahan penulis dalam melakukan penelitian dan memperoleh data, jajaran Para senior dan mentor di lingkungan pemda Tanggamus Om Andi, Tante Septina, Pun Rahman, Om Pram, Bang Ridho, Bang Maradona, Bang Arief Rakhmat, Bang Beni, Bang Rully, Kanda Andi Dermawan terimakasih atas support nya.
13. Jajaran Dinas BKAD, Bapenda Tanggamus Mbak Ria Veranida yang sudah membantu banyak memberikan data, dan seluruh unsur Kecamatan dan Pekon se-Kabupaten Tanggamus yang telah membantu dan memfasilitasi dalam mengumpulkan data.
14. Keluarga besar Kasek/Korsek Bawaslu se- Provinsi Lampung Kiyay Ferdinan, Mas Lukito, Bang Andre, Bang Evan, Bang Yulianto, Yunda Yulis, Kiyay Kausar, Kiyay Angkondo, Kiyay Kukuh, Kiyay Anam, Bang Haris, Bang Darsani, Kiyay Arya, Satria yang telah memberikan dukungan, motivasi mudah-mudahan segera menyusul.

15. Presidium Kahmi Lampung Kanda Budiono, Kanda Topan Indrakarsa, Kanda Yuhadi, Yunda Zam Zanariah, Kanda Heru Juabdin Sada, Presidium Forhati Lampung Yunda Efa Rodiah Nur Keluarga Besar Kahmi Tanggamus Kanda Refki, Kanda Heri Agus Setiawan, Kanda Aswien Dasmi, Kanda Didik Setiawan, Kanda Mansyurin, Kanda Hayesta, Kanda Syolahudin beserta segenap Kanda Yunda Pepengurus lainnya yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu atas kebersamaan dan budaya belajar yang dibangun dalam kaderisasi partai mendorong Saya untuk terus bertumbuh dan meningkatkan kapasitas diri.
16. Waketum Pelti Lampung Abangda Ali Yursa, Keluarga Besar ESI Lampung Bapak Ketum Bapak Suryono, dan Abang Ketua Harian Rakha Terimakasih atas support dan dukungannya.
17. Keluarga Besar Alumni UKPM Teknokra Kanda Juwendra Asdiansyah, Kanda Budisantoso Budiman, Add Aprohan, Add Rudiansyah, add Novalinda, Add Burhan, Hafiz.
18. Saudara Jurusan Ilmu Pemerintahan angkatan 2008 yang berkesempatan hadir M. feriyadi, Satria Rahmadani Putra, Habrianda Bukit, M. Ikhsan Haqiqi, Andri Marta, M. Suhendri dan seluruh rekan-rekan satu Angkatan yang tidak bisa penulis ucapkan satu persatu yang selalu menjadikan penyemangat penulis untuk selalu berkarya.
19. Para tokoh dan relasi yang sempat hadir Terimakasih Kepada Bapak Kadis Kesehatan Kota Bandar Lampung Bapak Muhtadi A. Temenggung, Ibu Sekertaris Dinas Kesehatan Santi Sundari, Om Yunus terima kasih atas atensi dan supportnya.

Jika ada yang bertanya, seperti apa rasanya perjalanan studi doktoral ini, saya mungkin akan terdiam sejenak. Bagaimana menjelaskan tentang berdiri di tengah Hutan Belantara yang kadang terasa begitu Gelap, tentang hari-hari dimana Minyak angin, GPU, Koyo dan pereda sakit migrain menjadi sahabat setia, dan tentang pertanyaan-pertanyaan penelitian yang seperti Labirin tak berujung. Namun, di balik semua kegelapan dan kelelahan itu, ada cahaya-cahaya yang menjadi penuntun jalan. Dan cahaya-cahaya itulah yang ingin saya ucapkan terima kasih pada hari yang paling berbahagia ini.

Ucapan terima kasih yang khusus dan tidak terhingga disampaikan kepada ayahanda Devina Hasyim dan Ibunda Elsiana yang sangat penulis cintai dan banggakan, keduanya sangat tegar mengorbankan segalanya, merawat, mendidik kami untuk selalu bersyukur, bertanggung jawab serta semangat untuk terus maju dan berbuat kebaikan dalam kondisi apapun. Sayangilah keduanya ya Allah sebagaimana mereka menyayangiku sejak masih kecil. Jikalau ada kebaikan saya semasa hidup, maka saya berdoa kepada Allah agar pahala kebaikan itu juga mengalir kepada beliau berdua.

Demikian juga kepada Ayah mertua Ateng Budiman (alm) dan Ibu Abassiah, mertua terbaik yang selama hidup ikut menyertai proses Penulis melalui masa kuliah doktoral hingga akhir hayatnya yang senantiasa mendoakan, menasehati, memperhatikan, serta mendukung penulis baik secara moril maupun materiil untuk menyelesaikan kuliah. Terima kasih juga kepada para adik tercinta; Barry Afriando dan Friska, Cepriansyah, Iqbal dan Gesti, Usi dan Isa, Dan Dilla mudah-mudahan menjadi penyemangat kalian untuk terus berkarya, terimakasih atas dukungan moril serta materil kepada penulis dalam menyelesaikan tulisan ini. Ayah Anwar Rasyid Sekeluarga yang telah memberikan support dan motivasi kepada penulis.

Terkhusus Kepada Guru dan Panutan saya Sidi Hairi Fasyah dan Sidi Mulyadi Irsan yang senantiasa memberikan waktu untuk berdiskusi dan selalu memberikan keteladanan dalam semangat dan sikap untuk terus komitmen, teguh, terus belajar dan bekerja keras, terimakasih sidi wejangan dan nasehat kehidupannya, alhamdulillah saya yang ke 2 setelah sidi mudah-mudahan dapat selalu mengikuti jejak Langkah sidi dalam berkarir dan menjalani kehidupan.

Keluarga besar Jat Ansori (alm) dan Siti Rohima (Alm) dan Impi Rodikal (Alm) Buya Pangkal Janroma sekeluarga terimakasih atas perhatian dan dukungannya, Abiminak Hendri Kalnopi, Holi Kalpitori, Pak Amu Ria Kori, Manda Roni Paslah, Pakcik Alwin Pasari, Uncle Adizar, Om Juli, Paktut Anton, Lati Rohaya, Tata Nur, Abi Hidari. Keluarga besar Badri Hasyim (Alm) dan Siti Chomsyah (Alm) Papah Virza, Ma Atu Vera, Engah Selva, Cicik Yeti Promeri, Paksu Yayan Hendrawan, Paktut Mukhtar Hasan, Wak Aliudin Sekeluarga, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam penyelesaian Disertasi ini.

Ucapan Terimakasih kepada Om Hendrik dan Tante Yanti sekeluarga yang selalu hadir dalam momen suka maupun duka yang selalu mendukung baik moril maupun materil kepada penulis.

Ucapan terima kasih tak terhingga dan teristimewa kepada Istri tercinta Mutiara Aprilasari, S.ST., yang telah sabar dan sangat pengertian juga telah merelakan uang dapur terpotong untuk suksesti studi penulis, juga memberikan support yang luar biasa dan memotivasi Penulis dalam menyelesaikan studi serta mendampingi saat suka maupun duka, tanpa dukungan istri, penulis belum tentu tercatat sebagai mahasiswa Program Doktor Ilmu Studi Pembangunan Universitas Lampung. Kepada ananda tercinta Rafanda Ziya Inara, Harun Ar-Rasyid, Harun Faaz Alhasyim , terima kasih atas pengertiannya, bantuannya setiap saat, kesabarannya menemani kuliah dan belajar serta permohonan maaf setulusnya, karena selama menempuh studi ini, sering terabaikan, kurang mendapat perhatian dan kasih sayang yang cukup. Semoga anak-anakku semua menjadi anak yang soleh dan Allah limpahkan berbagai ilmu yang bermanfaat, menjadi penerus dakwah Rasulullah SAW dan pejuang bangsa yang kuat serta berkontribusi untuk kemaslahatan umat manusia. Amin ya rabbal ‘aalamin.

Sekali lagi saya ucapkan terima kasih atas perhatian hadirin semua.

Mohon maaf atas segala kekhilafan dan kesalahan.

Terima kasih

PERSEMBAHAN

Untuk Ayahanda Devina Hasyim dan Ibunda Elsiana Tersayang,
Ayah Ateng Budiman (alm) dan Ibu Abassiah Semoga Allah
SWT mengampuni dan merahmati mereka, serta
Istriku Tercinta Mutiara Aprilasari dan Anak-Anak Kebanggaanku,
Kesayanganku, Permata Hatiku Rafanda Ziya Inara, Harun Ar-Rasyid,
Harun Faaz Al-Hasyim.

MOTTO

*“Barangsiapa bertaqwa kepada Allah, niscaya Dia akan
mengadakan baginya jalan keluar. Dan memberinya rezeki dari
arah yang tiada disangka-sangkanya” (QS Ath-Thalaq: 2-3)*

*“Sebaik-baik manusia adalah yang paling banyak
memberi manfaat bagi manusia lainnya” (Muhammad SAW)”*

*Dengan Ridho Allah Yakinkan Dengan Iman, Usahakan Dengan Ilmu, Sampaikan
dengan Amal. YAKUSA!!! Yakin, Usaha, Sampai.*

TETAP BERPIKIR MERDEKA

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
RIWAYAT HIDUP.....	vi
BIODATA.....	viii
SANWACANA.....	ix
PERSEMBAHAN.....	xvi
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GRAFIK	xxv

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	27
1.3 Tujuan Penelitian.....	28
1.4 Manfaat Penelitian.....	29

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Sosialisasi Perpajakan	31
1. Dimensi Kualitas Informasi Perpajakan.....	34
2. Dimensi Media Sosialisasi	35
3. Dimensi Kompetensi Petugas Pajak.....	35
4. Dimensi Aksesibilitas Sosialisasi	35
5. Dimensi Partisipasi Wajib Pajak	36
6. Sosialisasi Langsung	36
7. Sosialisasi Tidak Langsung	37

2.2 Teori Kualitas Pelayanan.....	38
2.3 Teori Loyalitas Wajib Pajak	42
1. Theory of Planned Behavior (TPB).....	44
2. Kontrol Perilaku Persepsian (Perceived Behavioral Control).....	46
3. Slippery Slope Framework (SSF).....	47
4. Equity Theory dan Distributive Justice	49
5. Loyalitas Sikap (Attitudinal Loyalty).....	51
6. Loyalitas Perilaku (Behavioral Loyalty)	52
7. Loyalitas Afektif (Affective Loyalty).....	53
8. Loyalitas Kognitif (Cognitive Loyalty).....	53
2.4 Teori Kepercayaan Publik	54
2.5 Teori Perilaku Konsumen.....	57
1. Proses Keputusan Wajib Pajak	58
2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Wajib Pajak	59
3. Loyalitas Wajib Pajak sebagai Stakeholder	60
2.6 Teori Loyalitas Stakeholder.....	61
2.7 Konsep Dasar Pembangunan Daerah dan Manajemen Regional	62
2.8 Kerangka Pemikiran	65
2.9 Hipotesis.....	68

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	71
3.2 Jenis dan Sumber Data	73
3.2.1 Sumber Data	73
3.2.2 Sumber Data	75
3.3 Teknik Pengumpulan Data	76
3.4 Populasi dan Sampel	78
3.4.1 Populasi	79
3.4.2 Sampel.....	80
3.5 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	83
3.6 Uji Instrumen.....	85

3.6.1 Uji Validitas	85
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	86
3.7 Teknik Analisis Data	87

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum	91
4.1.1 Sejarah Kabupaten Tanggamus	91
4.1.2 Kondisi Geografis dan Administratif.....	92
4.1.3 Demografis dan Kependudukan	94
4.1.4 Sosial dan Kemasyarakatan.....	95
4.1.5 Perekonomian	98
4.2 Hasil Penelitian.....	102
4.2.1 Identitas Responden.....	103
4.2.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	103
4.2.1.2 Asal Kecamatan.....	104
4.2.1.3 Usia	104
4.2.1.4 Pendidikan Terakhir	105
4.2.1.5 Pekerjaan	106
4.2.1.6 Status Pernikahan	107
4.2.1.7 Rata-Rata Penghasilan Keluarga	107
4.2.1.8 Lama Menjadi Wajib Pajak.....	108
4.2.2 Variabel Sosialisasi Pajak	108
4.2.2.1 Sosialisasi Langsung.....	108
4.2.2.2 Sosialisasi Tidak Langsung	110
4.2.2.3 Skor Agregasi Variabel Sosialisasi Pajak	112
4.2.3 Variabel Kualitas Pelayanan Pajak	113
4.2.3.1 Bukti Fisik	113
4.2.3.2 Keandalan Petugas.....	114
4.2.3.3 Daya Tanggap	115
4.2.3.4 Jaminan	116
4.2.3.5 Empati.....	117
4.2.3.6 Aksebilitas	118

4.2.3.7 Dukungan Kebijakan	119
4.2.3.8 Skor Agregasi Variabel Kualitas Pelayanan Pajak.....	121
4.2.4 Variabel Kepercayaan Publik	123
4.2.4.1 Kepercayaan Diri.....	123
4.2.4.2 Keandalan	124
4.2.4.3 Kredibilitas	126
4.2.4.4 Skor Agregasi Variabel Kepercayaan Publik.....	127
4.2.5 Variabel Loyalitas Wajib Pajak.....	129
4.2.5.1 Loyalitas Kognitif.....	129
4.2.5.2 Loyalitas Afektif.....	130
4.2.5.3 Loyalitas Konatif	131
4.2.5.4 Loyalitas Tindakan	132
4.2.5.5 Skor Agregasi Variabel Loyalitas Wajib Pajak.....	133
4.2.6 Agregasi Variabel Kepatuhan Wajib Pajak Kabupaten Tanggamus	135
4.3 Pembahasan.....	138
4.3.1 Evaluasi Model Penukaran dan Model Struktural (SEM-PLS) ..	138
4.3.1.1 Uji Validitas Konvergen.....	138
4.3.1.2 Uji Realibilitas Konstruk	140
4.3.1.3 Uji Validitas Diskriminan	141
4.3.1.4 Visualisasi Model SEM-PLS	142
4.3.1.5 Distribusi Penaruh Variabel per Kecamatan.....	146
4.3.2 Distribusi Variabel Sosialisasi Pajak	146
4.3.2.1 Distribusi Variabel Kualitas Pelayanan Pajak.....	148
4.3.2.2 Distribusi Variabel Loyalitas Wajib Pajak	150
4.3.2.3 Distribusi Variabel Kepercayaan Publik terhadap Pajak ..	151
4.4 Perumusan Model.....	152
4.4.1 Rasionalitas Penyusunan Model INDRA	154
4.4.2 Dasar Logika dan Struktur Konseptual Model INDRA	158
4.4.3 Dimensi, Indikator, dan Instrumen Model INDRA	162
4.4.4 Desain Model INDRA.....	165

4.4.5	Mekanisme Implementasi dan Integrasi Model INDRA dengan Pelayanan Pajak serta Pemanfaatan Pajak Daerah	168
4.4.5.1	Pembentukan Penyuluh Pajak Daerah Berbasis Wilayah	168
4.4.5.2	Mekanisme Implementasi Model INDRA.....	172
4.4.5.3	Integrasi Akun Pajak Daerah dengan Layanan Dasar	173
4.4.6	Mekanisme Pengaduan dan Complaint Handling Model INDRA	176
4.4.7	Strategi Kontekstualisasi Model INDRA di Kabupaten Tanggamus	179

V. PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	185
5.2	Rekomendasi	188
5.3	Kebaruan Penelitian: Model INDRA sebagai Model Sosialisasi Pajak Daerah Berbasis Kepercayaan Publik.....	192

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1. Pendapatan Pajak di ASEAN	2
2.1 Konsep Theory of Planned Behavior	47
2.2 Kerangka Pemikiran.....	67
3.1 Model SEM PLS Penelitian	86
4.1 Peta Administratif dan Infrastruktur Kabupaten Tanggamus	92
4.2 Hasil Uji Model SMART-PLS	145
4.3 Peta Distribusi Variabel Sosialisasi Pajak per Kecamatan.....	148
4.4 Peta Distribusi Variabel Kualitas Pelayanan Pajak per Kecamatan	149
4.5 Peta Distribusi Variabel Loyalitas Wajib Pajak per Kecamatan.....	151
4.6 Peta Distribusi Variabel Kepercayaan Publik terhadap Pajak per Kecamatan	152
4.7 Posisi Model Sosialisasi Pajak Indra Dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik Dan Loyalitas Wajib Pajak Di Kabupaten Tanggamus	153
4.8 Kerangka Konseptual Model INDRA.....	159

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Strukur Pendapatan Nasional 2020-2024.....	5
1.2. Struktur Pendapatan Provinsi Lampung 2020-2025	6
1.3. Komponen Realisasi Pendapatan Provinsi Lampung 2020-2024	7
1.4. Komposisi Pendapatan Daerah Kabupaten Tanggamus.....	10
1.5. Target Pendapatan Sektor Pajak Kab. Tanggamus (Juta Rupiah)	12
1.6. Realisasi Pendapatan Sektor Pajak Kab. Tanggamus (Juta Rupiah).....	12
1.7. Data SPPT PBB-P2 Kabupaten Tanggamus Tahun 2025	14
1.8. Penelitian Terdahulu.....	20
3.1 Populasi Penelitian	78
3.2 Sampel Penelitian.....	80
3.3 Operasional Variabel	82
4.1 Luas Wilayah Administratif Kabupaten Tanggamus.....	93
4.2 Kepadatan Penduduk Kabupaten Tanggamus	94
4.3 Sektor Kontributor PDRB Kabupaten Tanggamus	99
4.4 Asal Kecamatan Responden.....	104
4.5 Indikator Sosialisasi Langsung	108
4.6 Indikator Sosialisasi Tidak Langsung	110
4.7 Skor Agregasi Variabel Sosialisasi Pajak.....	112
4.8 Indikator Bukti Fisik	113
4.9 Indikator Keandalan Petugas.....	114
4.10 Indikator Daya Tanggap	115
4.11 Indikator Jaminan Pelayanan	116
4.12 Indikator Empati Petugas	117
4.13 Indikator Akseibilitas Layanan.....	118
4.14 Indikator Dukungan Kebijakan	119
4.15 Skor Agregasi Variabel Kualitas Pelayanan Pajak.....	121

4.16 Indikator Kepercayaan Diri.....	123
4.17 Indikator Kepercayaan Diri.....	124
4.18 Indikator Kepercayaan Diri.....	126
4.19 Indikator Kepercayaan Diri.....	127
4.20 Indikator Loyalitas Kognitif.....	129
4.21 Indikator Loyalitas Afektif.....	130
4.22 Indikator Loyalitas Konatif.....	131
4.23 Indikator Loyalitas Tindakan	132
4.24 Skor Agregasi Variabel Loyalitas Wajib Pajak.....	133
4.25 Agregasi Variabel Kepatuhan Wajib Pajak.....	135
4.26 Uji Validitas Outer Load	138
4.27 Uji Validitas AVE (Cronbach Alpha & Composite Reliability)	140
4.28 Uji Discriminant Validity	141
4.29 Uji Path Coeficient.....	142
4.30 Uji R-Square	143
4.31 Uji Bootstraping Patch Coeficient	143
4.32 Distribusi Variabel Sosialisasi Pajak per Kecamatan.....	146
4.33 Distribusi Variabel Kualitas Pelayanan Pajak per Kecamatan.....	148
4.34 Distribusi Variabel Loyalitas Wajib Pajak per Kecamatan	150
4.35 Distribusi Variabel Kepercayaan Publik terhadap Pajak per Kecamatan....	151
4.36 Rasionalitas Perumusan Model INDRA	155
4.37 Struktur Konseptual Model INDRA	160
4.38 Dimensi, Indikator, dan Instrumen Model INDRA.....	162
4.39 Segmentasi Instrumen Model INDRA Sasaran Wajib Pajak	164
4.40 Desain Lapisan Model INDRA.....	165
4.41 Siklus Kerja Model INDRA.....	166
4.42 Mekanisme Implementasi Model INDRA	172
4.43 Integrasi Akun Pajak Daerah dengan Layanan Dasar Model INDRA.....	174
4.44 Kategori Pengaduan dalam Model INDRA	177
4.45 Alur Complaint Handling dalam Model INDRA.....	178
4.46 Strategi Kontekstualisasi Model INDRA di Kabupaten Tanggamus	180
4.47 Segmentasi Pesan Sosialisasi Model INDRA	181

DAFTAR GRAFIK

Grafik	Halaman
1.1. 1.Struktur Pajak dalam Pendapatan Nasional	5
1.2. Persentase Kontribusi Pajak terhadap APBN.....	6
1.3. Fluktuasi Pajak Daerah Kabupaten Tanggamus 2020-2024	11
4.1 Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Tanggamus 2021-2024.....	101
4.2 Jenis Kelamin Responden	103
4.3 Komposisi Responden Menurut Usia	104
4.4 Pendidikan Terakhir Responden.....	105
4.5 Pekerjaan Responden	106
4.6 Status Pernikahan Responden	107
4.7 Rata-Rata Penghasilan Keluarga.....	107
4.8 Lama Menjadi Wajib Pajak	108
4.9 Persepsi Indikator Sosialisasi Langsung	109
4.10 Persepsi Indikator Sosialisasi Tidak Langsung.....	111
4.11 Persepsi Dimensi Sosialisasi Pajak	112
4.12 Persepsi Indikator Bukti Fisik.....	114
4.13 Persepsi Indikator Keandalan Petugas	115
4.14 Persepsi Indikator Daya Tanggap.....	116
4.15 Persepsi Indikator Jaminan Pelayanan.....	117
4.16 Persepsi Indikator Empati Petugas.....	118
4.17 Persepsi Indikator Akseibilitas Layanan	119
4.18 Persepsi Indikator Dukungan Kebijakan.....	120
4.19 Skor Agregasi Variabel Kualitas Pelayanan Pajak.....	122
4.20 Persepsi Indikator Kepercayaan Diri	124
4.21 Persepsi Indikator Kepercayaan Diri	125
4.22 Persepsi Indikator Kepercayaan Diri	126
4.23 Persepsi Indikator Kepercayaan Diri	128

4.24 Indikator Loyalitas Kognitif.....	129
4.25 Indikator Loyalitas Afektif.....	130
4.26 Indikator Loyalitas Konatif.....	131
4.27 Indikator Loyalitas Tindakan	132
4.28 Skor Agregasi Variabel Loyalitas Wajib Pajak.....	134
4.29 Agregasi Variabel Kepatuhan Wajib Pajak.....	137

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

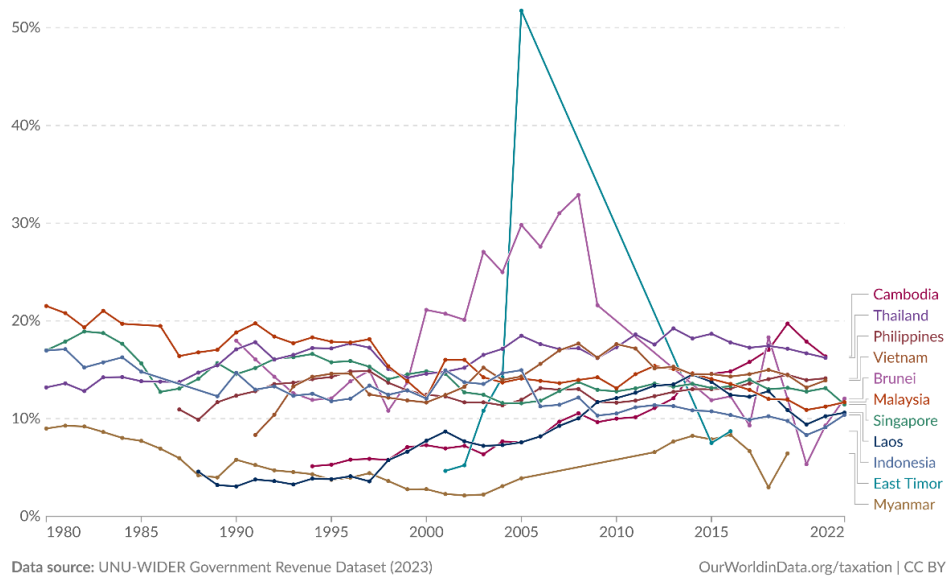
Dalam lanskap pembangunan kontemporer, penguatan kapasitas fiskal pemerintah subnasional semakin dipandang sebagai prasyarat penting bagi keberlanjutan pembangunan daerah (Kiziltan & Yereli, 2023; Martinez Vázquez dkk., 2024; Ojiako & Raphael, 2025). Upaya meningkatkan kemandirian fiskal daerah tidak hanya berkaitan dengan besaran kewenangan yang dilimpahkan, tetapi juga dengan kemampuan institusi lokal dalam memobilisasi pendapatan, mengelola belanja secara efektif, serta membangun legitimasi publik yang memadai (Abuselidze, 2021a; Buriachenko dkk., 2022; Onofrei dkk., 2022). Dalam banyak negara berkembang, keberhasilan pembangunan daerah semakin ditentukan oleh kapasitas pemerintah daerah dalam mengoptimalkan sumber pendapatan yang bersifat endogen (Bartolini dkk., 2019; Ervina dkk., 2025).

Dalam konteks tersebut, pajak daerah menempati posisi strategis karena berfungsi tidak hanya sebagai sumber pembiayaan pembangunan, tetapi juga sebagai indikator kedalaman relasi fiskal antara pemerintah dan masyarakat (Abuselidze, 2021b; Pamuji dkk., 2023). Kemampuan memungut pajak secara efektif merefleksikan lebih dari sekadar kekuatan administratif, ia juga mencerminkan tingkat kepatuhan sukarela, kualitas pelayanan publik, serta persepsi masyarakat terhadap kredibilitas institusi pemerintah (Rashid dkk., 2021a; Svetlozarova Nikolova, 2023). Oleh karena itu, performa perpajakan daerah perlu dipahami sebagai hasil interaksi antara kapasitas institusional dan perilaku wajib pajak, bukan semata sebagai konsekuensi desain regulatif (Appiah dkk., 2025; Beeri dkk., 2022).

Dalam kerangka yang lebih luas, kualitas tata kelola perpajakan berperan sebagai penghubung penting antara desentralisasi fiskal dan kinerja pembangunan regional (Onofrei dkk., 2022). Daerah dengan konsolidasi fiskal yang sehat, transparansi pengelolaan keuangan, dan kapasitas administrasi yang kuat cenderung menunjukkan performa pembangunan yang lebih stabil (Idrus, 2024a; Lawal dkk., 2024). Temuan ini menegaskan bahwa efektivitas desentralisasi tidak semata ditentukan oleh besaran kewenangan fiskal, melainkan oleh kualitas implementasi di tingkat lokal. Ketika perspektif ini ditarik ke kawasan Asia Tenggara, kompleksitas hubungan antara kapasitas fiskal dan pembangunan menjadi semakin nyata (Idrus, 2024b; Minh Ha dkk., 2022). Kawasan ini menunjukkan variasi yang lebar dalam rasio penerimaan pajak terhadap produk domestik bruto (PDB), yang mencerminkan perbedaan kapasitas mobilisasi pendapatan negara.

Tax revenues as a share of GDP

Direct and indirect taxes as well as social contributions included.



Gambar 1.1 Pendapatan Pajak di ASEAN
Sumber: ourworldindata.org, 2024

Berdasarkan *dataset* UNU-WIDER yang dikompilasi oleh *Our World in Data*, negara-negara Asia Tenggara memperlihatkan spektrum kapasitas pajak yang beragam sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.1. Negara dengan administrasi fiskal yang relatif matang, seperti Thailand dan Vietnam, cenderung mempertahankan rasio penerimaan pajak yang lebih stabil.

Malaysia dan Filipina berada pada posisi menengah dengan fluktuasi moderat. Sementara itu, Indonesia secara konsisten berada pada kelompok dengan rasio pajak terhadap PDB yang relatif lebih rendah dibandingkan sejumlah negara tetangga di kawasan (Our World in Data, 2024). Pola tersebut mengandung implikasi struktural yang penting. Rasio pajak terhadap PDB tidak hanya merepresentasikan kemampuan teknis pemungutan, tetapi juga mencerminkan kedalaman basis pajak, efektivitas administrasi, tingkat kepatuhan sukarela, serta kualitas relasi fiskal antara negara dan warga (Braccioli dkk., 2024; Hussain dkk., 2016). Dalam konteks negara berkembang, rasio pajak yang relatif rendah sering berkorelasi dengan dominasi sektor informal, keterbatasan kapasitas administrasi, serta tingkat kepercayaan publik yang belum sepenuhnya kuat (Di John, 2011; Lengaram dkk., 2025).

Kondisi ini menunjukkan bahwa kebijakan fiskal bekerja dalam konfigurasi yang kompleks dan sensitif terhadap struktur ekonomi wilayah (Olayele & Soo, 2020). Di Asia Tenggara, ketimpangan kapasitas fiskal antarwilayah dan tingginya informalitas ekonomi menyebabkan efektivitas desentralisasi fiskal sangat bergantung pada kualitas institusi lokal (Laeni dkk., 2021). Pada saat yang sama, ketimpangan kapasitas fiskal juga berpotensi melemahkan insentif pemerintah daerah untuk meningkatkan upaya pemungutan, terutama ketika ketergantungan terhadap transfer pusat masih dominan (Kiziltan & Yereli, 2023). Situasi ini menegaskan bahwa perluasan basis pajak lokal masih menghadapi berbagai keterbatasan struktural.

Dalam upaya memperkuat kapasitas fiskal, efisiensi administrasi dan digitalisasi perpajakan semakin dipandang sebagai prasyarat modernisasi sistem pajak (Pasichnyi dkk., 2025). Di kawasan Asia Tenggara, percepatan digitalisasi administrasi pajak memang menunjukkan tren positif, namun tingkat kematangannya masih belum seragam (Chongvilaivan & Chooi, 2021). Negara dengan infrastruktur digital yang lebih mapan cenderung mengalami perbaikan kepatuhan yang lebih stabil dibandingkan negara yang masih menghadapi fragmentasi sistem administrasi (Ananda, 2025).

Di luar faktor struktural dan administratif, dimensi perilaku wajib pajak juga memainkan peran penting. Temuan empiris menunjukkan bahwa kepatuhan pajak daerah di Indonesia dipengaruhi secara signifikan oleh faktor administratif seperti sosialisasi perpajakan dan sistem pelaporan digital (Ervina dkk., 2025). Penempatan Lampung dalam klaster kepatuhan rendah mengindikasikan bahwa persoalan kepatuhan tidak semata bersifat struktural, tetapi juga berkaitan dengan kualitas interaksi antara otoritas pajak dan wajib pajak. Pada level mikro, efektivitas sistem *self-assessment* sangat bergantung pada tingkat kepercayaan antara wajib pajak dan pemerintah (Kholis & Maisyarah, 2021). Ketika kepercayaan publik kuat, kepatuhan cenderung berkembang secara sukarela dan berkelanjutan; sebaliknya, rendahnya kepercayaan meningkatkan biaya penegakan dan menurunkan stabilitas penerimaan (Alshira'h, 2024; Torgler dkk., 2010).

Dalam kerangka tersebut, sosialisasi perpajakan merepresentasikan kapasitas komunikasi kebijakan pemerintah daerah dalam membangun literasi fiskal masyarakat (da Cruz Vareiro dkk., 2024; Karatzimas, 2020). Kualitas pelayanan perpajakan mencerminkan performa institusi yang secara langsung dialami wajib pajak dalam interaksi sehari-hari (Dewi & Inayati, 2024). Kepercayaan publik kemudian berfungsi sebagai mekanisme mediasi yang menghubungkan intervensi kebijakan dengan perilaku kepatuhan (Rashid dkk., 2021b). Loyalitas wajib pajak menjadi indikator akhir yang menandai kematangan relasi fiskal antara negara dan warga (Kirui dkk., 2024).

Dalam konteks Indonesia, konfigurasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) selama beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa pajak masih menjadi tulang punggung utama pendapatan publik (Adilla dkk., 2025a), untuk memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai peran pajak

dalam struktur pendapatan negara akan dijabarkan lebih lanjut pada Tabel 1.berikut:

Tabel 1.1 Strukur Pendapatan Nasional 2020-2024

Komponen	2020	2021	2022	2023	2024
Pendapatan Nasional (Triliun Rupiah)	1.647,7	2.003,1	2.626,4	2.774,3	2.850,6
Penerimaan Pajak (Triliun Rupiah)	1.285,10	1.546,50	2.034,50	2.155,40	2.231,80

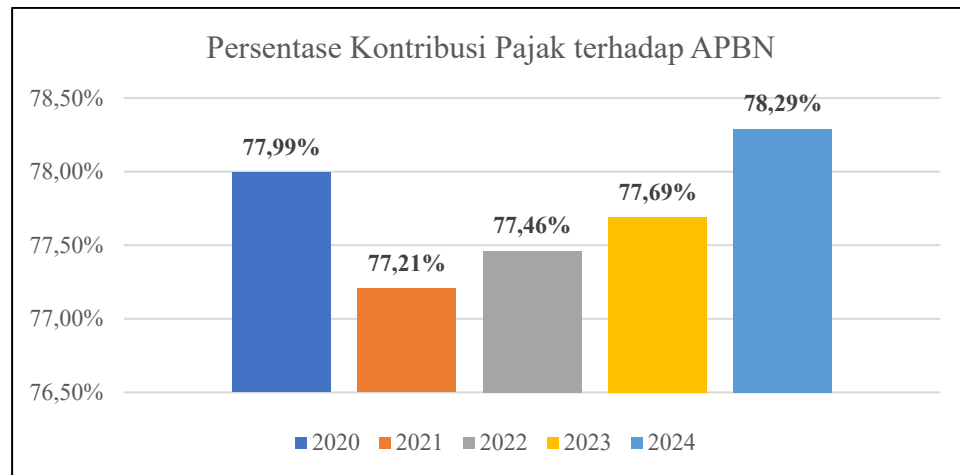
Sumber: Kementerian Keuangan, 2025



Grafik 1.1 Struktur Pajak dalam Pendapatan Nasional

Sumber: Kementerian Keuangan diolah kembali oleh Peneliti, 2025

Pada 2021, penerimaan perpajakan mencapai Rp1,546.5 triliun dari total pendapatan negara Rp2,003.1 triliun (Kementerian Keuangan, 2022). Pola yang sama berlanjut pada 2022 dengan penerimaan perpajakan Rp2,034.5 triliun dari pendapatan negara Rp2,626.4 triliun, kemudian pada 2023 sebesar Rp2,155.4 triliun dari Rp2,774.3 triliun, dan pada 2024 sebesar Rp2,231.84 triliun dari Rp2,850.61 triliun (Kementerian Keuangan, 2023, 2025; Media Keuangan, 2024). Komposisi ini secara konsisten menempatkan kontribusi perpajakan pada kisaran lebih dari tiga perempat total pendapatan negara.



Grafik 1.2 Persentase Kontribusi Pajak terhadap APBN

Sumber: Kementerian Keuangan diolah kembali oleh Peneliti, 2025

Struktur tersebut menegaskan bahwa stabilitas fiskal Indonesia sangat bergantung pada kinerja penerimaan perpajakan (Adilla dkk., 2025b; Umamah dkk., 2024). Ketika porsi pajak mendominasi pendapatan negara, setiap dinamika dalam kepatuhan, efektivitas administrasi, maupun kualitas interaksi antara otoritas pajak dan wajib pajak akan berimplikasi langsung pada ruang fiskal pemerintah (Brautigam dkk., 2008; Nessipbay dkk., 2024). Dengan kata lain, isu perpajakan tidak dapat dipahami semata sebagai persoalan teknis pemungutan, melainkan sebagai fondasi keberlanjutan pembiayaan pembangunan nasional (Ricciuti dkk., 2019; Swank, 2016). Gambaran pada tingkat nasional tersebut menemukan relevansinya pada level daerah, di mana kemampuan fiskal pemerintah daerah juga sangat ditentukan oleh kekuatan sumber pendapatan yang bersifat endogen. Di Provinsi Lampung, struktur Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah masih menunjukkan dominasi transfer dari pemerintah pusat, sementara kontribusi Pendapatan Asli Daerah (PAD) relatif lebih terbatas.

Tabel 1.2 Struktur Pendapatan Provinsi Lampung 2020-2025

Komponen	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Realisasi Pendapatan (Miliar Rupiah)	Rp 28.391	Rp 28.949	Rp 28.405	Rp 36.563	Rp 22.155	Rp 28.515
Realisasi PAD (Miliar Rupiah)	Rp 4.904,17	Rp 5.552,58	Rp 6.026,94	Rp 8.014,74	Rp 4.752,36	Rp 6.701,76
Realisasi Retribusi Daerah (Miliar Rupiah)	Rp 107,96	Rp 102,03	Rp 80,78	Rp 105,25	Rp 694,52	Rp 1.172,92
Realisasi Pajak Daerah (Miliar Rupiah)	Rp 3.294,01	Rp 3.696,77	Rp 4.280,26	Rp 5.878,15	Rp 3.232,69	Rp 4.674,30

Sumber: DJPK Kementerian Keuangan diolah kembali oleh Peneliti, 2025

Data menunjukkan bahwa Pendapatan Asli Daerah Provinsi Lampung masih didominasi oleh pajak daerah sebagai komponen utama. Meskipun sempat mengalami peningkatan hingga 2023, kinerja PAD menunjukkan fluktuasi pada periode berikutnya, yang mengindikasikan bahwa kapasitas fiskal daerah belum sepenuhnya stabil. Kondisi ini menegaskan bahwa penguatan kinerja perpajakan daerah tetap menjadi agenda strategis dalam memperluas ruang fiskal daerah.

Tabel 1.3 Komponen Realisasi Pendapatan Provinsi Lampung 2020-2024

KOMPONEN	2020	2021	2022	2023	2024
Pendapatan Asli Daerah (Miliar Rupiah)	Rp 2.842,29	Rp 3.249,67	Rp 3.678,30	Rp 3.766,19	Rp 4.047,41
Pajak Daerah	Rp 2.386,35	Rp 2.721,14	Rp 3.126,14	Rp 3.232,82	Rp 3.301,06
Pajak Kendaraan Bermotor (Miliar Rupiah)	Rp 786,23	Rp 880,36	Rp 929,50	Rp 1.028,55	Rp 1.059,74
Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (Miliar Rupiah)	Rp 440,91	Rp 613,52	Rp 695,05	Rp 660,93	Rp 709,22
Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (Miliar Rupiah)	Rp 536,63	Rp 626,93	Rp 807,31	Rp 877,49	Rp 848,55
Pajak Air Permukaan (Miliar Rupiah)	Rp 5,09	Rp 5,55	Rp 7,12	Rp 9,48	Rp 8,92
Pajak Rokok (Miliar Rupiah)	Rp 617,49	Rp 594,78	Rp 687,16	Rp 656,37	Rp 674,62

KOMPONEN	2020	2021	2022	2023	2024
Pajak Alat Berat (Miliar Rupiah)	-	-	-	-	-
Retribusi Daerah	Rp 17,08	Rp 14,66	Rp 6,60	Rp 7,07	Rp 486,19
Retribusi Jasa Umum (Miliar Rupiah)	-	-	-	-	-
Retribusi Jasa Usaha (Miliar Rupiah)	Rp 10,25	Rp 5,06	Rp 5,98	Rp 6,61	Rp 17,91
Retribusi Perizinan Tertentu (Miliar Rupiah)	Rp 0,66	Rp 0,41	Rp 0,23	Rp 0,14	Rp 0,06
Hasil Pengelolaan Kekayaan Yang Dipisahkan	Rp 29,87	Rp 33,34	Rp 45,57	Rp 51,11	Rp 193,52
Lain-Lain <i>Pad</i> Yang Sah	Rp 408,99	Rp 480,53	Rp 499,99	Rp 475,20	Rp 66,64

Sumber: Satu Data Provinsi Lampung, diolah kembali oleh Peneliti, 2025

Struktur pendapatan pajak Provinsi Lampung memperlihatkan konfigurasi yang relatif terkonsentrasi pada jenis pajak berbasis kendaraan. Berdasarkan data dari Satu Data Provinsi Lampung, menunjukkan bahwa sepanjang periode 2020–2024, komponen Pajak Daerah secara konsisten menjadi tulang punggung Pendapatan Asli Daerah, dengan nilai yang bergerak dari Rp 2.386,35 miliar pada 2020 menjadi Rp 3.301,06 miliar pada 2024 (Lampung Satu Data, 2025). Kenaikan ini menandakan adanya kapasitas mobilisasi pendapatan yang terus berkembang, meskipun pola pertumbuhannya tidak sepenuhnya linear.

Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) muncul sebagai kontributor terbesar dalam struktur pajak daerah. Realisasi PKB meningkat stabil dari Rp 786,23 miliar pada 2020 menjadi Rp 1.059,74 miliar pada 2024. Pola serupa juga terlihat pada Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB) yang bergerak dari Rp 440,91 miliar menjadi Rp 709,22 miliar pada periode yang sama. Dominasi dua komponen ini menegaskan bahwa basis fiskal Lampung masih sangat bertumpu pada aktivitas kepemilikan dan mutasi kendaraan bermotor. Sementara itu, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor (PBBKB) juga menunjukkan kontribusi signifikan dengan tren meningkat dari Rp 536,63 miliar pada 2020 menjadi Rp 848,55 miliar pada 2024, meskipun sempat

mengalami fluktuasi pada tahun terakhir. Berbeda dengan tiga komponen utama tersebut, Pajak Air Permukaan dan Pajak Rokok memberikan kontribusi yang relatif lebih kecil dan cenderung stabil.

Pajak Rokok bahkan menunjukkan pergerakan yang moderat di kisaran Rp 594–687 miliar sepanjang periode pengamatan. Di sisi lain, komponen retribusi daerah masih berada pada level yang jauh lebih rendah dibandingkan pajak daerah. Nilai retribusi sempat menurun hingga Rp 6,60 miliar pada 2022 sebelum meningkat tajam menjadi Rp 486,19 miliar pada 2024. Lonjakan ini mengindikasikan adanya perubahan kebijakan atau perbaikan administrasi pemungutan, meskipun secara struktural kontribusinya terhadap total PAD masih terbatas. Komponen hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan juga menunjukkan peningkatan signifikan, terutama pada 2024 yang mencapai Rp 193,52 miliar, jauh lebih tinggi dibandingkan periode sebelumnya yang berada di bawah Rp 60 miliar. Namun demikian, secara proporsional, sumber ini tetap belum mampu menyaingi dominasi pajak daerah dalam menopang PAD.

Keseluruhan pola ini menegaskan bahwa struktur fiskal Provinsi Lampung masih bersifat *tax-driven* dengan konsentrasi tinggi pada pajak berbasis kendaraan (Dharma, 2025). Konfigurasi ini memiliki dua implikasi sekaligus: di satu sisi memberikan basis penerimaan yang relatif terukur karena objek pajaknya jelas dan bersifat administratif (Irsan, 2022), sementara di sisi lain ketergantungan yang tinggi pada sektor kendaraan membuat stabilitas pendapatan daerah menjadi sangat sensitif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak, dinamika ekonomi rumah tangga, serta kualitas pelayanan perpajakan daerah (Nurochman dkk., 2025).

Mengikuti pola struktur fiskal di tingkat provinsi, dinamika yang serupa juga terlihat ketika pengamatan dipersempit pada level kabupaten. Struktur pendapatan Provinsi Lampung yang masih bertumpu pada pajak berbasis objek administratif memberikan indikasi awal bahwa kapasitas fiskal daerah sangat dipengaruhi oleh kinerja pemungutan pada level pemerintah

kabupaten/kota. Kabupaten Tanggamus menjadi kasus yang relevan untuk ditelaah lebih lanjut karena memperlihatkan konfigurasi pendapatan yang lebih operasional pada Tabel 1.4 berikut:

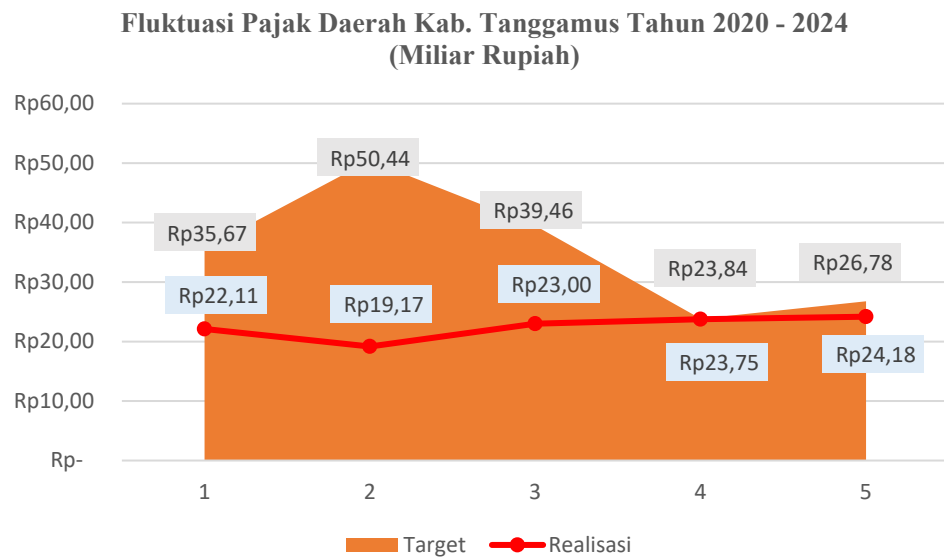
Tabel 1.4 Komposisi Pendapatan Daerah Kabupaten Tanggamus

No	Tahun	Target	Realisasi (%)	Realisasi (%)
1.	2020	Rp 76.828.494.694,47	Rp 58.458.801.613,02	76%
2.	2021	Rp 95.786.639.301,16	Rp 73.669.504.286,52	77%
3.	2022	Rp 70.451.728.508,62	Rp 42.743.063.686,18	61%
4.	2023	Rp 76.816.272.082,14	Rp 53.464.125.369,17	70%
5.	2024	Rp 64.670.449.975,51	Rp 59.904.237.812,31	93%

Sumber: BAPENDA Kabupaten Tanggamus, diolah kembali oleh Peneliti, 2025

Mengacu pada data Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tanggamus, komposisi pendapatan daerah Kabupaten Tanggamus menunjukkan bahwa meskipun target pendapatan daerah relatif terjaga dalam beberapa tahun terakhir, realisasi pendapatan memperlihatkan fluktuasi yang cukup tajam, terutama sejak periode pascapandemi. Pada tahun 2020–2021, realisasi pendapatan daerah masih berada pada kisaran yang relatif mendekati target, namun memasuki tahun 2022 terjadi penurunan yang signifikan sebelum kemudian menunjukkan tanda pemulihan terbatas pada tahun berikutnya.

Jika ditelusuri lebih dalam pada komponen PAD, terlihat bahwa kontribusi pajak daerah di Kabupaten Tanggamus juga mengalami volatilitas yang cukup nyata. Target pajak daerah sempat meningkat hingga tahun 2021, tetapi kemudian terkoreksi cukup tajam pada tahun 2022 dan belum sepenuhnya pulih pada periode setelahnya. Realisasi pajak daerah memperlihatkan pola yang lebih menurun dibandingkan target, yang menandakan adanya gap implementasi antara perencanaan fiskal dan performa pemungutan aktual. Kondisi ini memperkuat indikasi bahwa tantangan utama tidak semata terletak pada penetapan target, tetapi pada efektivitas eksekusi kebijakan perpajakan daerah.



Grafik 1.3 Fluktuasi Pajak Daerah Kabupaten Tanggamus 2020-2024

Sumber: DJPK Kementerian Keuangan, diolah kembali oleh Peneliti 2024

Grafik 1.3 fluktuasi pajak daerah Kabupaten Tanggamus menegaskan kecenderungan tersebut. Setelah sempat berada pada level yang lebih tinggi pada periode awal, realisasi pajak menunjukkan tren penurunan yang cukup tajam sebelum mengalami perbaikan terbatas. Sementara itu, target pajak daerah sendiri mengalami penyesuaian yang cukup drastis, yang dapat dibaca sebagai respons fiskal daerah terhadap tekanan kapasitas pemungutan. Pola ini mengindikasikan adanya proses penyesuaian fiskal yang masih berlangsung dan belum sepenuhnya mencapai titik keseimbangan.

Pendalaman pada struktur pajak Kabupaten Tanggamus memperlihatkan konfigurasi yang semakin spesifik mengenai sumber-sumber utama penerimaan daerah. Secara agregat, total target pajak daerah menunjukkan dinamika yang cukup fluktuatif sepanjang periode 2020–2024, dengan realisasi yang secara konsisten berada di bawah target sebagaimana tertuang

pada Tabel 1.5 dan 1.6 berikut:

Tabel 1.5 Target Pendapatan Sektor Pajak Kab. Tanggamus (Juta Rupiah)

Jenis Pajak	2020	2021	2022	2023	2024
Pajak Hotel	Rp 400,00	Rp 340,00	Rp 162,54	Rp 162,54	Rp 220,21
Pajak Restoran	Rp 2.000,00	Rp 2.221,00	Rp 2.388,19	Rp 1.191,14	Rp 2.180,96
Pajak Hiburan	Rp 50,00	Rp 25,00	Rp 11,23	Rp 8,42	Rp 7,12
Pajak Reklame	Rp 720,00	Rp 592,00	Rp 400,16	Rp 592,00	Rp 458,14
Pajak Penerangan Jalan	Rp 14.287,56	Rp 25.309,24	Rp 15.026,68	Rp 14.745,03	Rp 14.588,29
Pajak Mineral Bukan Logam	Rp 1.300,00	Rp 1.230,00	Rp 457,75	Rp 216,73	Rp 533,85
Pajak Air Tanah	Rp 3.800,00	Rp 3.980,00	Rp 3.716,55	Rp 687,41	Rp 871,27
Pajak PPB-P2	Rp 2.135,41	Rp 3.350,10	Rp 4.532,32	Rp 4.583,82	Rp 4.041,53
Pajak BPHTB	Rp 9.475,07	Rp 11.842,50	Rp 10.924,50	Rp 1.806,78	Rp 1.686,72
Pajak Parkir	Rp 1.500,00	Rp 1.547,19	Rp 1.825,00	Rp 147,91	Rp 277,17
Total	Rp 35.668,05	Rp 50.437,03	Rp 39.462,91	Rp 23.842,49	Rp 26.783,63

Sumber: BAPENDA Kabupaten Tanggamus, diolah kembali oleh Peneliti, 2025

Tabel 1.6 Realisasi Pendapatan Sektor Pajak Kab. Tanggamus (Juta Rupiah)

Jenis Pajak	2020	2021	2022	2023	2024
Pajak Hotel	Rp 100,82	Rp 115,15	Rp 1.856,92	Rp 195,70	Rp 230,83
Pajak Restoran	Rp 2.212,83	Rp 1.718,83	Rp 1.804,34	Rp 1.264,84	Rp 1.358,29
Pajak Hiburan	Rp 6,78	Rp 5,30	Rp 5,69	Rp 9,51	Rp 4,95
Pajak Reklame	Rp 175,24	Rp 314,99	Rp 355,23	Rp 314,99	Rp 195,69
Pajak Penerangan Jalan	Rp 10.906,44	Rp 13.370,61	Rp 13.893,61	Rp 14.929,68	Rp 12.815,14
Pajak Mineral Bukan Logam	Rp 403,15	Rp 316,71	Rp 464,22	Rp 241,49	Rp 19,30
Pajak Air Tanah	Rp 1.147,01	Rp 991,04	Rp 704,98	Rp 668,04	Rp 574,84
Pajak PPB-P2	Rp 1.855,53	Rp 2.789,54	Rp 3.823,36	Rp 3.204,45	Rp 2.458,81
Pajak BPHTB	Rp 5.173,59	Rp 1.769,60	Rp 1.447,83	Rp 2.742,04	Rp 706,69
Pajak Parkir	Rp 130,61	Rp 137,40	Rp 208,61	Rp 200,25	Rp 143,14
Total	Rp 22.111,99	Rp 19.171,17	Rp 23.000,74	Rp 23.746,07	Rp 24.181,19

Sumber: BAPENDA Kabupaten Tanggamus, diolah kembali oleh Peneliti, 2025

Pertama, dari sisi target, komposisi pajak daerah Kabupaten Tanggamus menunjukkan dinamika yang cukup agresif dalam perencanaan fiskal. Target

pajak meningkat signifikan pada 2021 dibanding 2020, kemudian mengalami penyesuaian pada 2022 dan kembali dikoreksi pada 2023–2024. Lonjakan target pada periode awal menunjukkan adanya optimisme fiskal atau dorongan peningkatan kapasitas pendapatan, terutama pada komponen Pajak Penerangan Jalan, BPHTB, dan PBB-P2 yang menjadi tulang punggung struktur pajak daerah.

Kedua, dari sisi realisasi, kinerja pemungutan pajak daerah memperlihatkan gap yang konsisten antara target dan capaian aktual. Pada 2021 misalnya, target meningkat tajam, tetapi realisasi justru menurun dibanding 2020. Tahun 2022 sempat menunjukkan perbaikan, namun memasuki 2023 dan 2024 realisasi kembali mengalami kenaikan namun tidak signifikan. Secara komposisi, Pajak Penerangan Jalan tetap menjadi kontributor terbesar dan relatif stabil, sementara BPHTB, Pajak Restoran, dan PBB-P2 menunjukkan volatilitas yang cukup tinggi. Beberapa jenis pajak seperti Pajak Hotel, Hiburan, dan Parkir memberikan kontribusi kecil dan cenderung fluktuatif, menandakan bahwa basis pajak non-utilitas belum sepenuhnya optimal.

Ketiga, dari sisi implikasi fiskal, konfigurasi ini menunjukkan bahwa struktur pajak Kabupaten Tanggamus masih terkonsentrasi pada objek tertentu dengan ketergantungan tinggi pada Pajak Penerangan Jalan. Ketika struktur pajak tidak terdiversifikasi secara kuat, stabilitas pendapatan daerah menjadi sangat sensitif terhadap perubahan perilaku konsumsi, kepatuhan wajib pajak, serta efektivitas administrasi pemungutan. Gap antara target dan realisasi juga menegaskan bahwa tantangan utama bukan semata pada penetapan angka perencanaan, tetapi pada kualitas eksekusi kebijakan perpajakan daerah. Dalam konteks ini, penguatan sosialisasi perpajakan, peningkatan kualitas pelayanan, serta pembangunan kepercayaan publik menjadi variabel yang relevan untuk menjelaskan variasi capaian penerimaan pajak di Kabupaten Tanggamus.

Dinamika kinerja penerimaan pajak daerah sebagaimana diuraikan sebelumnya tidak dapat dilepaskan dari karakteristik basis wajib pajak yang menjadi fondasi pemungutan. Oleh karena itu, untuk memahami lebih dalam variasi capaian pajak di Kabupaten Tanggamus, penting untuk melihat bagaimana struktur populasi wajib pajak tersebar secara nominal dan spasial di tingkat kecamatan salah satunya dari potrait penerimaan Pajak PBB-P2 pada Tabel 1.7 berikut:

Tabel 1.7 Data SPPT PBB-P2 Kabupaten Tanggamus Tahun 2025

Nama Kecamatan	Rp. 0 - Rp. 2000,-	Rp. 2000 s.d. Rp. 30.000,	Rp. 30.000,- Ke Atas	Jumlah Wajib Pajak
Air Nanningan	1.893	1.125	2.497	5.515
Bandar Negeri Semuong	1.078	555	395	2028
Bulok	3.207	1.374	671	5252
Cukuh Balak	4.215	582	228	5025
Gisting	4.096	2.825	3.053	9.974
Gunung Alip	1.466	1.611	1.684	4.761
Kelumbayan	2.044	274	503	2821
Kelumbayan Barat	431	122	113	666
Kota Agung	3.238	2.367	3.013	8.618
Kota Agung Barat	1.503	881	523	2907
Kota Agung Timur	2910	1.653	779	5342
Limau	3.387	396	214	3997
Pematang Sawa	3910	1.594	852	6356
Pugung	4.623	5.048	5.317	14.988
Pulau Panggung	2850	2.179	1.958	6.987
Semaka	6.694	2.875	1.505	11.074
Sumberejo	5.653	4.593	3.739	13.985
Talang Padang	3.251	2.678	2.428	8.357
Ulu Belu	3.151	1.722	1490	6363
Wonosobo	5.935	3.224	1.363	10.522
Total	65.535	37.678	32.325	135.538

Sumber: BAPENDA Kabupaten Tanggamus, diolah kembali oleh Peneliti, 2025

Data menunjukkan bahwa total wajib pajak di Kabupaten Tanggamus mencapai 135.538 entitas dengan komposisi yang cukup terkonsentrasi pada kelompok nilai pajak rendah. Sebanyak 65.535 wajib pajak berada pada kelompok Rp0–Rp2.000, diikuti 37.678 wajib pajak pada kelompok Rp2.000–Rp30.000, dan 32.325 wajib pajak pada kelompok di atas Rp30.000. Struktur ini mengindikasikan bahwa basis pajak daerah didominasi oleh wajib pajak dengan nominal kewajiban relatif kecil, sehingga strategi optimalisasi penerimaan tidak hanya bergantung pada intensifikasi

objek bernilai tinggi, tetapi juga pada penguatan kepatuhan massal pada segmen wajib pajak kecil. Secara spasial, konsentrasi wajib pajak terbesar berada di Kecamatan Pugung (14.988), Sumberejo (13.985), Semaka (11.074), dan Wonosobo (10.522). Wilayah-wilayah ini merepresentasikan kantong basis pajak utama yang berpotensi memberikan *leverage* fiskal apabila tingkat kepatuhan dapat dijaga secara konsisten. Sebaliknya, kecamatan seperti Kelumbayan Barat (666) dan Bandar Negeri Semuong (2.028) menunjukkan basis wajib pajak yang relatif terbatas, yang dapat mencerminkan kombinasi faktor demografis, aktivitas ekonomi, maupun kapasitas pendataan fiskal.

Distribusi menurut kelompok nominal juga memperlihatkan pola yang menarik. Beberapa kecamatan seperti Pugung dan Sumberejo tidak hanya memiliki jumlah wajib pajak besar pada kelompok bawah, tetapi juga relatif kuat pada kelompok di atas Rp30.000. Ini menandakan adanya struktur ekonomi lokal yang lebih beragam. Di sisi lain, kecamatan seperti Cukuh Balak dan Limau menunjukkan dominasi kuat pada kelompok nominal rendah, yang mengindikasikan bahwa ruang peningkatan penerimaan lebih bertumpu pada perluasan kepatuhan dibandingkan peningkatan tarif atau objek bernilai tinggi.

Dalam kerangka tersebut, perhatian analitis perlu diarahkan pada perilaku wajib pajak sebagai determinan utama optimalisasi penerimaan pajak daerah. Perilaku wajib pajak mencerminkan sejauh mana individu atau badan usaha memenuhi kewajiban perpajakannya, baik secara administratif maupun substantif (Brata dkk., 2017; Yusril dkk., 2015). Studi-studi mutakhir menunjukkan bahwa kepatuhan pajak tidak hanya dipengaruhi oleh faktor pengawasan dan sanksi, tetapi juga oleh persepsi atas keadilan sistem, transparansi pengelolaan dana publik, serta kualitas pelayanan yang diterima (Belahouaoui & Attak, 2025; Lorato dkk., 2024; Naslia & Yulianti, 2024). Tingkat kepatuhan yang tinggi akan memperkuat kapasitas fiskal daerah, yang pada gilirannya memungkinkan pembiayaan program pembangunan secara lebih berkelanjutan (Bello dkk., 2023; Reddy dkk., 2024).

Salah satu instrumen yang mendorong kepatuhan wajib pajak adalah sosialisasi perpajakan (Aini dkk., 2025). Dalam praktik administrasi modern, sosialisasi tidak lagi dipahami sekadar sebagai penyampaian informasi, melainkan sebagai proses komunikasi publik yang membangun pemahaman, legitimasi, dan persepsi manfaat pajak bagi masyarakat (Tambun, 2016).

Laporan OECD dan kajian Susan Betts menekankan bahwa komunikasi yang jelas, konsisten, dan berbasis data penggunaan pajak berkontribusi pada peningkatan *voluntary compliance* (Betts, 2022; OECD, 2021). Studi empiris dalam konteks negara berkembang juga menunjukkan bahwa edukasi fiskal yang sistematis berdampak pada peningkatan kepatuhan jangka panjang, terutama ketika disertai transparansi penggunaan anggaran (World Bank, 2025).

Selain sosialisasi, kualitas pelayanan perpajakan menjadi determinan yang tidak kalah penting. Reformasi administrasi pajak dalam satu dekade terakhir banyak menekankan perbaikan dimensi kemudahan akses, kecepatan layanan, akurasi administrasi, serta integrasi sistem digital (Kinanti dkk., 2025). Modernisasi layanan berbasis digital dan simplifikasi prosedur berkontribusi langsung terhadap peningkatan kepuasan dan kepatuhan wajib pajak (OECD, 2019). Kualitas pelayanan yang konsisten dan profesional memperkuat persepsi legitimasi institusi pajak, sehingga mengurangi resistensi terhadap kewajiban fiskal.

Kepercayaan publik terhadap institusi pemerintah dipandang sebagai prasyarat bagi stabilitas penerimaan pajak (Abodher dkk., 2025). Kepercayaan publik dalam konteks perpajakan berkaitan dengan persepsi keadilan sistem, transparansi penggunaan dana, dan integritas aparatur (Horodnic, 2018). Penelitian dalam satu dekade terakhir menunjukkan bahwa tingkat *trust* yang tinggi mendorong kepatuhan sukarela dan mengurangi kebutuhan penegakan represif, sebaliknya, rendahnya kepercayaan meningkatkan biaya pengawasan dan menurunkan efektivitas kebijakan fiskal (Sobhkhiz dkk., 2020).

Dengan demikian, hubungan antara sosialisasi, kualitas pelayanan, kepercayaan publik, dan loyalitas wajib pajak membentuk satu rangkaian kausal yang saling terkait (Sukeksi & Yunaidah, 2020). Ketika masyarakat memahami fungsi pajak, merasakan pelayanan yang adil dan profesional, serta percaya pada integritas pengelolaan keuangan daerah, maka kepatuhan cenderung meningkat secara berkelanjutan (Nuryadi dkk., 2024a). Peningkatan kepatuhan akan memperkuat pendapatan daerah, yang menjadi fondasi pembiayaan pembangunan ekonomi, sosial, dan lingkungan secara berkesinambungan (Schmidt & Matthaei, 2024).

Dalam konteks pemerintah daerah, pelayanan pajak tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme pemungutan, tetapi juga sebagai instrumen penguatan kemandirian fiskal (Nasution dkk., 2025). Reformasi administrasi publik dalam periode 2016–2026 menunjukkan bahwa transformasi digital, integrasi data, dan peningkatan kapasitas aparatur menjadi agenda strategis untuk meningkatkan efektivitas tata kelola pajak daerah. Pendekatan ini menuntut orientasi yang lebih komprehensif, yakni tidak semata mengejar peningkatan penerimaan, tetapi juga membangun legitimasi dan keberlanjutan sistem perpajakan lokal.

Kabupaten Tanggamus sebagai salah satu daerah di Provinsi Lampung yang berupaya memperkuat Pendapatan Asli Daerah menghadapi tantangan struktural dalam optimalisasi pajak daerah. Struktur wajib pajak yang didominasi segmen nominal rendah, keterbatasan literasi fiskal, serta belum optimalnya inovasi pelayanan digital menjadi faktor yang berpotensi menghambat konsistensi penerimaan. Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, kondisi ini memerlukan pendekatan kebijakan yang tidak hanya teknis-administratif, tetapi juga berbasis pada penguatan hubungan institusional antara pemerintah daerah dan masyarakat. Kajian akademik dalam sepuluh tahun terakhir menunjukkan bahwa penelitian mengenai perilaku wajib pajak di tingkat daerah masih berkembang secara terfragmentasi (Dwianti dkk., 2025).

Sebagian studi menitikberatkan pada aspek pelayanan, sebagian lain pada sosialisasi atau transparansi fiskal secara terpisah. Penelitian yang mengintegrasikan secara simultan pengaruh sosialisasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas wajib pajak melalui kepercayaan publik sebagai variabel mediasi, khususnya dalam konteks pemerintah daerah, masih relatif terbatas. Kesenjangan ini menjadi relevan mengingat perilaku kepatuhan sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap kredibilitas institusi dan kualitas interaksi administratif (Cendrawinata, 2025; Chairul dkk., 2024). Untuk menjawab kebutuhan tersebut, penelitian ini dirancang dengan unit analisis wajib pajak dan melibatkan aparaturnya pajak daerah sebagai aktor strategis dalam reformasi perpajakan lokal.

Penelitian terdahulu pada umumnya menempatkan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel dependen utama dan memandang perubahan perilaku wajib pajak terutama sebagai hasil dari kombinasi faktor administrasi (kualitas layanan), faktor komunikasi kebijakan (sosialisasi), serta faktor penegakan (sanksi). Pola ini terlihat kuat pada studi-studi nasional yang menguji pengaruh sosialisasi dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan pada berbagai objek, seperti pajak kendaraan bermotor maupun wajib pajak orang pribadi di kantor pelayanan tertentu.

Sejumlah temuan bahkan menunjukkan hasil yang tidak selalu konsisten, misalnya kualitas pelayanan atau sosialisasi tidak selalu berpengaruh langsung terhadap kepatuhan, dan ketika pengaruh langsungnya lemah, peneliti cenderung menjelaskan mekanismenya melalui variabel antara seperti pengetahuan pajak atau kesadaran pajak. Dengan kata lain, penelitian terdahulu banyak berhenti pada pertanyaan “apakah sosialisasi dan pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan”, namun belum menempatkan kepercayaan publik sebagai mekanisme utama yang menjelaskan bagaimana pengaruh itu bekerja secara lebih substantif, khususnya dalam konteks pemerintahan daerah.

Di sisi lain, literatur internasional memperkaya pemahaman tentang peran *trust*, tetapi fokusnya sering bergerak pada model kepatuhan yang lebih umum, misalnya melalui *Slippery Slope Framework* yang menempatkan *trust* dan *power* sebagai dua pilar kepatuhan pajak, atau melalui studi yang menekankan perlakuan otoritas (*respectful treatment* versus prosedur otoriter) untuk membangun *trust* yang kemudian berdampak pada kepatuhan. Sebagian studi internasional juga mengambil konteks yang berbeda dari persoalan pajak daerah di Indonesia, misalnya kepatuhan pajak pada pelaku UMKM di Kenya, atau model konseptual kepatuhan pajak korporasi yang tidak memakai survei. Konsekuensinya, meskipun *trust* muncul sebagai konsep kunci, belum banyak penelitian yang secara spesifik memadukan dua instrumen kebijakan yang paling dekat dengan kerja sehari-hari pemerintah daerah, yaitu sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan, dalam satu model mediasi *trust* yang diarahkan pada perilaku kepatuhan berulang dalam jangka panjang.

Tabel 1.8 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Tahun	Nama Jurnal	Lokasi/Objek	Desain	Sampel	Temuan Kunci
1	Amos Kiptum; Collins Kapkiyai; Daniel Kirui	<i>Tax Service Quality, Trust in Government and Tax Compliance among Small and Medium Enterprises in North Rift Economic Bloc</i>	2024	SEISENSE <i>Journal of Management (Vol 7 No 1)</i>	SME owners/managers, North Rift Economic Bloc, Kenya	Kuantitatif; <i>positivist; explanatory</i>	393; stratified sampling; populasi 21,232 SMEs	<i>Service quality</i> positif ke <i>compliance</i> ; <i>trust</i> positif ke <i>compliance</i> ; <i>service quality</i> positif ke <i>trust</i> ; <i>trust</i> memediasi <i>service quality</i> -> <i>compliance</i>
2	I Nyoman Darmayasa; Nyoman Sentosa Hardika	<i>Core tax administration system: the power and trust dimensions of Slippery Slope Framework tax compliance model</i>	2024	<i>Cogent Business & Management</i>	Konteks implementasi CTAS; analisis wacana/konten	Kualitatif; Krippendorff <i>content analysis</i>	Tidak disebutkan (analisis konten, bukan survei)	CTAS dinilai menguatkan <i>power</i> dan <i>trust</i> ; pembacaan SSF untuk menjelaskan kepatuhan dalam konteks <i>reform</i> administrasi pajak
3	Sandra Aulia; Haula Rosdiana; Inayati Inayati	<i>Trust, Power, and Tax risk into the "Slippery Slope": A Corporate Tax Compliance Model</i>	2022	<i>Sustainability (MDPI) 14(22), 14670</i>	Model kepatuhan pajak korporasi (konseptual)	Model konseptual/komputasional berbasis SSF	Tidak ada (bukan survei)	<i>Tax risk</i> memengaruhi kecenderungan dan upaya patuh; <i>trust</i> dan <i>power</i> tetap determinan <i>compliance</i> dalam model SSF yang diperluas
4	Dewi Prastiwi; Erlina Diamastuti	<i>Building Trust and Enhancing Tax Compliance: The Role of Authoritarian Procedures and Respectful Treatment in Indonesia</i>	2023	<i>Journal of Risk and Financial Management (MDPI) 16(8), 375</i>	Wajib pajak orang pribadi; Regional Tax Office East Java I	Kuantitatif; <i>cross-sectional</i> ; SEM-PLS	400; <i>random</i> sampling; perlakuan <i>authoritarian</i> (190) dan <i>respectful</i> (210)	<i>Respectful treatment</i> meningkatkan <i>compliance</i> ; <i>authoritarian procedures</i> meningkatkan <i>non-compliance</i> ; <i>trust</i> memediasi pengaruh perlakuan otoritas terhadap <i>compliance</i>
5	Julian Toyang Kbarek; Linda Y. Hutadjulu; Yohanes C. Seralurin	Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Kualitas Pelayanan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Pengetahuan Perpajakan sebagai Variabel <i>Intervening</i> (Studi Kasus pada WPOP di KPP Pratama Kota Jayapura)	2021	Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah (JAKED) 16(2)	WPOP, KPP Pratama Kota Jayapura	Kuantitatif; PLS-SEM (SmartPLS 3.0)	100; <i>convenience</i> sampling; Slovin (<i>error</i> 10%)	Sosialisasi signifikan ke pengetahuan; kualitas pelayanan tidak signifikan ke pengetahuan; X1 dan X2 tidak signifikan langsung ke kepatuhan; pengetahuan signifikan ke kepatuhan; pengetahuan memediasi jalur sosialisasi/kualitas pelayanan ke kepatuhan

No	Penulis	Judul	Tahun	Nama Jurnal	Lokasi/Objek	Desain	Sampel	Temuan Kunci
6	Lucya Herty Apriliyani	Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan, Sanksi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor	2022	<i>Journal of Innovation in Management, Accounting and Business</i> (JIMAB) 1(2)	Wajib pajak PKB, SAMSAT Majalengka	Kuantitatif; survei; regresi linear berganda	100; <i>incidental sampling</i> ; populasi disebut 259,721 (tahun 2018)	Regresi linear berganda digunakan untuk uji pengaruh variabel; koefisien dan uji signifikansi ditampilkan dalam hasil
7	Azizah Hanan Desiva; Nur Kholis	Pengaruh sosialisasi, fasilitas, kualitas pelayanan, dan sanksi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor	2022	KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen 19(2)	Wajib pajak kendaraan bermotor, wilayah Solo	Kuantitatif; regresi linier berganda	100 responden	Sosialisasi, fasilitas, kualitas pelayanan signifikan positif; sanksi tidak signifikan pada Tabel 1. regresi (<i>Sig</i> 0.129)
8	L.A. Putra dkk.	<i>The Influence of Service Quality and Tax Sanctions on Taxpayer Compliance</i>	2023	<i>International Journal of Business, Law, and Education</i> (IJBLE) 4(2)	Tidak disebutkan eksplisit; <i>taxpayer compliance (field observation</i> disebut)	Kuantitatif; regresi; uji validitas-reliabilitas; uji t dan F	130; <i>convenience sampling</i> ; basis Hair (15 indikator)	<i>Service quality</i> signifikan; <i>tax sanctions</i> signifikan; <i>R square</i> 0.550
9	Nuryadi; Dwi Cahyono; Abadi Sanosra	<i>Influence of Tax Socialization, Services, and Trust on Compliance via Tax Knowledge</i>	2024	SENTRALI SASI 13(3)	Jombang Subdistrict, Jember Regency	Kuantitatif; SEM	376; Slovin (5%); populasi 6,302 WP	<i>Socialization, services, trust</i> signifikan positif ke <i>tax knowledge</i> dan <i>compliance</i> ; <i>tax knowledge</i> memediasi hubungan
10	Yovita Ariana; William Widjaja; Michael Michael	<i>Enhancing Tax Compliance in MSME Tax Reporting: The Role of Tax Awareness, Trust, and Socialization</i>	2024	E-Jurnal Akuntansi (Univ. Udayana) 34(9)	UMKM di Tanah Abang, Jakarta	Kuantitatif; SEM-PLS	100 UMKM	<i>Awareness</i> dan <i>trust</i> signifikan positif; <i>socialization</i> tidak signifikan; <i>socialization</i> tidak memoderasi pengaruh <i>trust</i> -> <i>compliance</i>

Sumber: Diolah dari berbagai sumber oleh Peneliti, 2025

Keberadaan penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa studi tentang perilaku wajib pajak telah bergerak dari pendekatan yang semata-mata menekankan penegakan menjadi pendekatan yang lebih “relasional”, yakni melihat bagaimana pengalaman layanan dan cara pemerintah mengomunikasikan kebijakan ikut membentuk sikap, persepsi, dan akhirnya perilaku patuh. Dalam kerangka itu, sosialisasi perpajakan dipahami bukan sekadar kegiatan penyuluhan, tetapi instrumen untuk mengurangi ketidakpastian aturan, memperjelas prosedur, dan membangun persepsi bahwa sistem pajak dapat dipahami dan dijalankan secara wajar. Sementara kualitas pelayanan diposisikan sebagai bukti nyata bagaimana negara hadir: kecepatan, kepastian prosedur, kompetensi petugas, serta perlakuan yang adil menjadi sinyal yang membentuk penilaian wajib pajak terhadap institusi. Ketika kedua aspek ini berjalan baik, literatur cenderung mengarah pada satu kesimpulan umum: peluang kepatuhan meningkat karena wajib pajak merasa prosesnya jelas dan institusinya layak dipercaya. Namun ketika temuan empiris tidak konsisten, banyak studi menyiratkan adanya “variabel mekanisme” yang menentukan apakah sosialisasi dan pelayanan benar-benar berubah menjadi perilaku patuh yang stabil. Secara pemetaan awal, sepuluh penelitian terdahulu yang digunakan dalam kajian ini dapat dibaca dalam tiga kelompok besar.

1. Peran *trust* sebagai kunci mekanisme kepatuhan.

Studi Kiptum dkk. di Kenya secara eksplisit menunjukkan jalur kualitas pelayanan yang membentuk *trust in government*, lalu *trust* itulah yang mendorong kepatuhan, sehingga *trust* tidak hanya muncul sebagai variabel tambahan tetapi benar-benar menjembatani hubungan layanan dan perilaku (Kiptum dkk., 2024). Sejalan dengan itu, Prastiwi dan Diamastuti memperlihatkan bahwa perilaku otoritas yang menghormati wajib pajak cenderung meningkatkan kepercayaan dan pada akhirnya memperkuat kepatuhan, sedangkan pendekatan yang otoriter justru mengarah pada resistensi (Prastiwi & Diamastuti, 2023). Dua studi lain pada rumpun internasional memberikan penguat teoretik: Darmayasa dan Hardika membaca *reform* sistem administrasi pajak melalui

kacamata *Slippery Slope Framework* dengan menekankan bagaimana dimensi *trust* dan *power* bekerja dalam membentuk kepatuhan (Darmayasa & Hardika, 2024). Sementara Aulia dkk. memperluasnya pada konteks korporasi dengan menambahkan unsur *tax risk* yang dapat memengaruhi kepatuhan di luar variasi *trust* dan *power* (Aulia dkk., 2022). Secara keseluruhan, rumpun internasional ini menegaskan bahwa *trust* bukan isu perifer, melainkan pusat logika kepatuhan, baik pada level interaksi layanan, *reform* administrasi, maupun pada desain model perilaku.

2. Sosialisasi dan Kualitas Pelayanan sebagai Determinan Kepatuhan

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepatuhan, meskipun tidak selalu seluruh variabel signifikan dalam satu model (Putra dkk., 2023). Di sisi lain, terdapat studi yang justru menemukan bahwa sosialisasi atau kualitas pelayanan tidak signifikan secara langsung, sementara variabel lain seperti sanksi lebih dominan (Prastiwi & Diamastuti, 2023). Pola ini penting karena menunjukkan bahwa hubungan sosialisasi atau pelayanan dengan kepatuhan tidak otomatis linear; ada kondisi tertentu yang membuatnya kuat, dan ada kondisi lain yang membuatnya lemah (Desiva dkk., 2022). Variasi hasil ini menjadi petunjuk bahwa “pengalaman layanan” dan “komunikasi kebijakan” mungkin bekerja melalui jalur psikologis atau institusional tertentu, bukan sekadar sebagai faktor langsung.

3. Pengetahuan dan Kesadaran Pajak

Studi Kbarek dkk. menempatkan pengetahuan pajak sebagai variabel *intervening* dan memperlihatkan bahwa sosialisasi lebih efektif membentuk pengetahuan, sementara kualitas pelayanan tidak selalu berdampak pada pengetahuan; pada gilirannya, pengetahuanlah yang berkorelasi kuat dengan kepatuhan (Kbarek dkk., 2021). Pola serupa terlihat pada Nuryadi dkk. yang menempatkan *tax knowledge* sebagai

mediator, dengan *trust in government* hadir sebagai faktor yang ikut membentuk pengetahuan dan kepatuhan (Nuryadi dkk., 2024b). Widjaja dkk. juga menempatkan *trust* dan *awareness* sebagai penjelas kepatuhan pada UMKM, namun menariknya sosialisasi tidak selalu signifikan dan bahkan tidak memperkuat pengaruh *trust* (Widjaja dkk., 2024). Kelompok ini memperlihatkan arah yang jelas: ketika pengaruh sosialisasi dan pelayanan tidak konsisten, peneliti cenderung mencari “jembatan” perilaku melalui variabel antara. Akan tetapi, *trust* sebagai mediator utama yang menghubungkan sosialisasi dan kualitas pelayanan menuju perilaku patuh yang berulang dalam jangka panjang masih relatif jarang ditegaskan dalam konteks pajak daerah di tingkat kabupaten.

Berangkat dari celah tersebut, penelitian ini menawarkan perbedaan yang tegas pada tiga titik:

1. Penelitian ini menggeser fokus dari kepatuhan sebagai perilaku sesaat menjadi loyalitas wajib pajak sebagai orientasi perilaku jangka panjang. Loyalitas dalam penelitian ini dipahami sebagai kecenderungan untuk tetap patuh secara konsisten, memenuhi kewajiban tepat waktu, dan mempertahankan komitmen kepatuhan meskipun ada biaya waktu, prosedur, dan beban administrasi. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menguji apakah wajib pajak patuh, tetapi juga menguji apakah kepatuhan itu stabil dan bertahan sebagai sikap serta perilaku yang berulang.
2. Penelitian ini menempatkan kepercayaan publik bukan sebagai variabel tambahan atau sekadar prediktor langsung, melainkan sebagai variabel mediasi inti yang menjelaskan mekanisme: sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan membentuk *trust* terlebih dahulu, kemudian *trust* itulah yang mendorong loyalitas. Penekanan pada mediasi *trust* ini menjadi pembeda penting, karena ia menjawab mengapa dalam beberapa penelitian terdahulu pengaruh langsung sosialisasi dan pelayanan terhadap kepatuhan sering kali tidak konsisten; hubungan itu

dapat menjadi kuat ketika *trust* terbentuk, tetapi dapat lemah ketika *trust* rendah meskipun sosialisasi dan layanan telah dilakukan.

3. Penelitian ini menempatkan konteks Kabupaten Tanggamus sebagai *locus* empiris untuk membaca dinamika *trust* pada level kabupaten, yang sering luput dalam literatur yang lebih banyak mengambil sampel KPP di kota besar, provinsi tertentu, atau konteks negara lain. Fokus kabupaten memungkinkan penelitian menangkap karakter pelayanan pajak daerah, kedekatan sosial antara aparat layanan dan masyarakat, serta persepsi keadilan dan akuntabilitas yang lebih “terasa” dalam interaksi lokal.

Dengan konfigurasi analitis yang dibangun, kontribusi penelitian ini bersifat simultan pada ranah teoretis dan praktis. Pada tataran konseptual, penelitian ini menghubungkan secara lebih sistematis kajian sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan dengan pembentukan loyalitas wajib pajak melalui mekanisme kepercayaan publik. Pendekatan ini menghasilkan penjelasan yang lebih mekanistik mengenai bagaimana interaksi kebijakan dan pengalaman layanan diterjemahkan menjadi komitmen kepatuhan jangka panjang. Pada tataran praktis, temuan penelitian ini diharapkan memberikan dasar rekomendasi yang lebih operasional bagi pemerintah daerah, terutama dalam merancang strategi sosialisasi yang tidak berhenti pada penyampaian informasi, tetapi mampu membangun persepsi integritas, keadilan, dan kompetensi institusi, serta dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang tidak hanya berorientasi pada efisiensi proses, tetapi juga pada penguatan kepercayaan publik sebagai prasyarat loyalitas wajib pajak.

Keaslian penelitian ini terletak pada upaya mengembangkan dan menguji secara empiris suatu model terpadu yang menempatkan kepercayaan publik sebagai mekanisme penghubung utama antara sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan, dan loyalitas wajib pajak daerah. Berbeda dengan kecenderungan studi sebelumnya yang masih memeriksa hubungan antarvariabel secara parsial, penelitian ini memposisikan *trust* sebagai poros penjas yang memungkinkan pembacaan lebih utuh mengenai dinamika

perilaku wajib pajak dalam konteks pemerintahan daerah. Kebaruan penelitian tidak hanya berada pada integrasi variabel dalam satu kerangka analitis, tetapi juga pada perluasan perspektif empiris yang digunakan. Fokus pada pajak daerah di Kabupaten Tanggamus menghadirkan konteks yang relatif kurang terjangkau dalam literatur perpajakan. Karakteristik Kabupaten Tanggamus sebagai laboratorium empiris yang relevan untuk menguji bagaimana faktor komunikasi kebijakan dan kualitas layanan bekerja dalam membentuk loyalitas wajib pajak. Dari sisi metodologis, penelitian ini memperkuat kontribusi melalui penggunaan pendekatan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) yang memungkinkan pengujian hubungan langsung dan tidak langsung secara simultan. Pendekatan ini memberikan ketelitian analitis yang lebih tinggi dalam mengidentifikasi peran mediasi kepercayaan publik, sekaligus membuka ruang pemodelan perilaku wajib pajak yang lebih komprehensif pada level daerah.

Lebih jauh, penelitian ini juga memperkaya pendekatan konvensional dengan memasukkan dimensi spasial dalam analisis perilaku perpajakan. Pemetaan kecenderungan persepsi kepatuhan wajib pajak per wilayah di Kabupaten Tanggamus memberikan nilai tambah penting, karena memungkinkan identifikasi pola geografis kepatuhan yang selama ini relatif kurang mendapat perhatian dalam studi perpajakan daerah. Informasi spasial ini berpotensi menjadi dasar bagi perumusan intervensi kebijakan yang lebih presisi, berbasis wilayah, dan adaptif terhadap heterogenitas karakteristik wajib pajak.

Secara keseluruhan, penelitian ini menutup celah penting dalam kajian perpajakan daerah dengan menghadirkan integrasi konseptual, pendalaman empiris, dan pengayaan spasial dalam satu kerangka analisis. Hasil yang diperoleh diharapkan tidak hanya memperluas horizon akademik mengenai loyalitas wajib pajak daerah, tetapi juga menyediakan pijakan kebijakan yang lebih tajam bagi optimalisasi penerimaan pajak daerah yang berkelanjutan, khususnya di Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, dapat diidentifikasi bahwa optimalisasi penerimaan pajak daerah di Kabupaten Tanggamus masih menghadapi sejumlah tantangan struktural dan perilaku. Meskipun basis wajib pajak relatif besar secara kuantitas, konversinya menjadi penerimaan yang optimal belum sepenuhnya stabil. Secara empiris, variasi capaian realisasi pajak, ketergantungan pada jenis pajak tertentu, serta distribusi wajib pajak yang didominasi lapisan nominal rendah menunjukkan adanya kerentanan pada aspek kepatuhan dan loyalitas. Pada saat yang sama, upaya sosialisasi perpajakan dan peningkatan kualitas pelayanan belum sepenuhnya mampu memastikan terbentuknya kepercayaan publik yang kuat. Padahal, kepercayaan publik merupakan prasyarat penting bagi tumbuhnya kepatuhan sukarela dan loyalitas wajib pajak dalam jangka panjang.

Selain itu, kajian terdahulu masih cenderung memeriksa pengaruh sosialisasi, kualitas pelayanan, dan kepatuhan pajak secara parsial. Penjelasan mengenai mekanisme mediasi kepercayaan publik dalam membentuk loyalitas wajib pajak daerah, khususnya pada konteks kabupaten dengan karakteristik fiskal seperti Tanggamus, masih relatif terbatas. Kondisi ini menimbulkan kebutuhan untuk menguji secara lebih komprehensif bagaimana faktor komunikasi kebijakan dan kualitas layanan berinteraksi melalui kepercayaan publik dalam memengaruhi loyalitas wajib pajak. Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, permasalahan penelitian ini dirumuskan ke dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap Kepercayaan publik wajib pajak di Kabupaten Tanggamus?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan perpajakan terhadap Kepercayaan publik wajib pajak di Kabupaten Tanggamus?
3. Seberapa besar pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap loyalitas wajib pajak di Kabupaten Tanggamus?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan perpajakan terhadap loyalitas wajib pajak di Kabupaten Tanggamus?

5. Seberapa besar pengaruh Kepercayaan publik terhadap loyalitas wajib pajak di Kabupaten Tanggamus?
6. Seberapa besar pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap loyalitas wajib pajak melalui Kepercayaan publik sebagai variabel mediasi?
7. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan perpajakan terhadap loyalitas wajib pajak melalui Kepercayaan publik sebagai variabel mediasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepercayaan publik wajib pajak di Kabupaten Tanggamus.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan perpajakan terhadap kepercayaan publik wajib pajak di Kabupaten Tanggamus.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap loyalitas wajib pajak di Kabupaten Tanggamus.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan perpajakan terhadap loyalitas wajib pajak di Kabupaten Tanggamus.
5. Menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan publik terhadap loyalitas wajib pajak di Kabupaten Tanggamus.
6. Menguji dan menganalisis peran mediasi kepercayaan publik dalam hubungan antara sosialisasi perpajakan dan loyalitas wajib pajak di Kabupaten Tanggamus melalui pemodelan struktural.
7. Menguji dan menganalisis peran mediasi kepercayaan publik dalam hubungan antara kualitas pelayanan perpajakan dan loyalitas wajib pajak di Kabupaten Tanggamus melalui pemodelan struktural.
8. Mengidentifikasi dan memetakan secara spasial kecenderungan persepsi kepatuhan dan loyalitas wajib pajak antarwilayah di Kabupaten Tanggamus guna mengungkap pola geografis perilaku perpajakan daerah.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu perpajakan dan perilaku wajib pajak dengan memperkaya literatur mengenai determinan loyalitas wajib pajak daerah melalui integrasi variabel kepercayaan publik sebagai mekanisme mediasi. Temuan penelitian diharapkan memperkuat kerangka konseptual mengenai hubungan antara sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan, dan loyalitas wajib pajak dalam satu model yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan model perilaku kepatuhan pajak, khususnya pada konteks negara berkembang dan pemerintah daerah. Integrasi perspektif perpajakan, perilaku publik, dan kualitas layanan memperluas horizon analisis yang selama ini cenderung parsial.

2. Manfaat Metodologis

Dari sisi metodologi, penelitian ini menyediakan model empiris yang menguji hubungan langsung dan tidak langsung antarvariabel melalui pendekatan SEM-PLS. Pendekatan ini diharapkan menjadi rujukan bagi pengembangan studi lanjutan yang mengkaji perilaku wajib pajak secara multivariat. Lebih lanjut, penelitian ini menghadirkan pengayaan melalui pemetaan spasial kecenderungan kepatuhan dan loyalitas wajib pajak antarwilayah di Kabupaten Tanggamus. Pendekatan ini membuka ruang baru dalam analisis perpajakan daerah yang selama ini relatif jarang memanfaatkan dimensi geografis sebagai basis intervensi kebijakan.

3. Manfaat Praktis

Bagi instansi perpajakan daerah, penelitian ini memberikan masukan strategis untuk meningkatkan efektivitas sosialisasi dan kualitas pelayanan pajak sebagai instrumen pembangunan kepercayaan publik.

Temuan penelitian diharapkan membantu pemerintah daerah merancang intervensi yang lebih tepat sasaran dalam mendorong loyalitas wajib pajak. Bagi aparaturnya atau fiskus, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar perbaikan kualitas pelayanan, penguatan pendekatan komunikasi publik yang lebih transparan, serta peningkatan profesionalisme layanan perpajakan. Bagi wajib pajak, penelitian ini diharapkan mendorong terciptanya ekosistem perpajakan yang lebih terbuka, mudah diakses, dan kredibel, sehingga mendukung tumbuhnya kepatuhan sukarela yang berkelanjutan.

4. Manfaat Kebijakan

Pada level kebijakan, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam perumusan strategi sosialisasi perpajakan dan peningkatan kualitas pelayanan publik yang lebih berbasis bukti. Temuan mengenai peran kepercayaan publik diharapkan membantu pemerintah daerah dalam merancang kebijakan yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan penerimaan jangka pendek, tetapi juga pada penguatan basis loyalitas wajib pajak. Dalam jangka lebih luas, peningkatan loyalitas dan kepercayaan wajib pajak yang didorong oleh perbaikan tata kelola perpajakan berpotensi mendukung pertumbuhan penerimaan daerah secara lebih stabil dan berkelanjutan.

5. Manfaat Akademik Lanjutan

Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan kajian perpajakan daerah pada konteks wilayah atau sektor yang berbeda. Model yang dihasilkan membuka peluang pengujian lebih lanjut mengenai peran kepercayaan publik dalam sistem perpajakan. Selain itu, penelitian ini mendorong penguatan pendekatan interdisipliner yang menghubungkan perpajakan, administrasi publik, komunikasi kebijakan, dan perilaku organisasi dalam memahami dinamika kepatuhan dan loyalitas wajib pajak.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan merupakan salah satu instrumen kebijakan fiskal yang digunakan pemerintah untuk meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan kepatuhan masyarakat terhadap kewajiban perpajakan (Herawati dkk., 2018; Lestary dkk., 2021). Sosialisasi tidak hanya berfungsi sebagai proses penyampaian informasi, tetapi juga sebagai strategi komunikasi publik yang bertujuan membangun hubungan yang kredibel antara pemerintah dan wajib pajak (Jimenez & Iyer, 2016). Sosialisasi perpajakan adalah proses sistematis pemerintah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat mengenai aturan, prosedur, dan manfaat pajak dengan tujuan meningkatkan kepatuhan dan partisipasi wajib pajak (Rahayu dkk., 2017). Pandangan lain menjelaskan bahwa sosialisasi merupakan elemen kunci dalam meningkatkan literasi pajak karena informasi yang komprehensif dan mudah dipahami akan memengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku perpajakan (Intansari, 2022).

Dalam perspektif komunikasi publik, sosialisasi pajak dapat dipahami sebagai bentuk interaksi dua arah antara otoritas pajak dan masyarakat. Efektivitas sosialisasi ditentukan oleh kualitas pesan, media yang digunakan, serta tingkat pemahaman masyarakat terhadap isi komunikasi (Sukesi & Yunaidah, 2020). Selain itu, pesan sosialisasi yang jelas, konsisten, dan relevan akan meningkatkan persepsi positif terhadap sistem perpajakan dan mengurangi kebingungan yang berpotensi menurunkan kepatuhan (Fitriyah & Nasrulloh, 2025).

Dalam konteks pemerintah daerah, sosialisasi perpajakan juga berkaitan dengan tata kelola fiskal daerah. Sosialisasi pajak daerah merupakan bagian dari strategi pemerintah daerah untuk memperkuat pemahaman masyarakat terkait kewajiban pajak lokal, mengurangi asimetri informasi, serta meningkatkan efektivitas pemungutan pajak daerah (Rahmadi & Wahyudi, 2023). Dengan demikian, sosialisasi perpajakan tidak sekadar penyampaian informasi teknis, tetapi merupakan bagian integral dari manajemen pelayanan publik dan akuntabilitas fiskal (Smoke, 2015). Berdasarkan pengertian sosialisasi perpajakan menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan adalah salah satu upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengedukasi masyarakat, khususnya wajib pajak agar dapat mengetahui peraturan maupun tata cara perpajakan dengan baik dan benar.

Keberhasilan sosialisasi perpajakan ini tentu akan sangat erat hubungannya dengan tingkat pendidikan masyarakat. Masyarakat yang tidak mengerti bahwa penyelenggaraan suatu negara membutuhkan pembiayaan mungkin akan melihat pajak sebagaimana rakyat di masa lalu melihatnya sebagai pungutan dan upeti belaka (Mohammed & Tangl, 2023). Dalam kondisi tingkat pemahaman yang rendah, kesukarelaan masyarakat untuk membayar pajak sulit diharapkan, sehingga diperlukan upaya pemungutan yang lebih besar dari aparat pajak (Wicaksono & Lestari, 2017). Sosialisasi perpajakan memiliki peran strategis dalam memperkuat efektivitas sistem perpajakan, baik pada tingkat nasional maupun daerah. Para ahli menegaskan bahwa sosialisasi yang dirancang dengan baik tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen komunikasi publik yang mampu membentuk pengetahuan, sikap, serta perilaku wajib pajak (Sarpong dkk., 2024).

1. Sosialisasi perpajakan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman wajib pajak mengenai ketentuan perpajakan. Pemahaman yang baik akan membuat wajib pajak lebih mampu melaksanakan kewajiban fiskalnya secara benar dan tepat waktu (Cechovsky, 2018).

2. Sosialisasi turut berperan dalam membentuk persepsi dan sikap yang lebih positif terhadap pajak. Informasi yang jelas dan mudah dipahami dapat mengurangi persepsi bahwa pajak merupakan beban, sehingga mendorong tumbuhnya sikap kooperatif masyarakat terhadap kewajiban perpajakan (Bouaddi dkk., 2025). Dengan kata lain, komunikasi yang efektif dapat memperbaiki persepsi psikologis wajib pajak terhadap institusi perpajakan.
3. Sosialisasi perpajakan membantu mengurangi kesalahan administratif yang sering terjadi dalam proses pelaporan dan pembayaran pajak. Kesalahan tersebut tidak selalu disebabkan oleh ketidakpatuhan, tetapi sering kali karena kurangnya informasi dan pemahaman teknis. Melalui sosialisasi yang baik, potensi kekeliruan dapat diminimalkan (Hutahuruk dkk., 2024).
4. Sosialisasi yang efektif mampu meningkatkan kepatuhan sukarela (*voluntary compliance*), yaitu kepatuhan yang muncul karena kesadaran, bukan paksaan. Wajib pajak yang mendapatkan informasi yang cukup dan mudah diakses akan lebih cenderung memenuhi kewajiban perpajakannya tanpa perlu tindakan penegakan hukum (Hutahuruk dkk., 2024). Hal ini menjadi fondasi penting bagi terciptanya sistem perpajakan yang berkelanjutan dan efisien.
5. Sosialisasi berkontribusi pada pembangunan kepercayaan publik terhadap pemerintah, karena penyampaian informasi fiskal yang transparan menciptakan rasa aman dan keyakinan bahwa pajak dikelola dengan baik (Hsu, 2024). Transparansi merupakan prasyarat bagi tumbuhnya kepercayaan publik, yang pada gilirannya memperkuat legitimasi pemerintah.
6. Sosialisasi perpajakan juga berfungsi untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam pembiayaan pembangunan daerah. Dengan semakin meningkatnya pemahaman dan kepercayaan wajib pajak, kesediaan masyarakat untuk berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) akan semakin besar, sehingga mendukung keberlanjutan pembangunan daerah (Putra & Mahiswara, 2024).

Secara keseluruhan, sosialisasi perpajakan tidak hanya berorientasi pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga diarahkan untuk membangun kepercayaan, menguatkan partisipasi masyarakat, serta menciptakan sistem perpajakan yang sehat dan berkelanjutan. Sosialisasi perpajakan merupakan salah satu instrumen penting dalam meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan kepatuhan wajib pajak. Efektivitas sosialisasi tidak hanya ditentukan oleh seberapa sering kegiatan dilakukan, tetapi juga oleh kualitas, media, tenaga pelaksana, aksesibilitas, dan tingkat partisipasi wajib pajak. Literatur menunjukkan bahwa sosialisasi yang efektif harus mencakup lima dimensi utama, yaitu kualitas informasi, media sosialisasi, kompetensi petugas, aksesibilitas, dan partisipasi wajib pajak (Sarpong dkk., 2024). Kelima dimensi tersebut saling melengkapi dan membentuk suatu kerangka komunikasi publik yang komprehensif dalam konteks administrasi perpajakan modern.

1. Dimensi Kualitas Informasi Perpajakan

Kualitas informasi merupakan fondasi utama keberhasilan sosialisasi perpajakan. Informasi yang disampaikan harus memiliki kejelasan, kelengkapan, dan kemudahan untuk dipahami oleh wajib pajak, sehingga dapat meningkatkan literasi fiskal dan meminimalkan terjadinya kesalahan administratif dalam pelaporan dan pembayaran pajak (Hutahuruk dkk., 2024). Indikator penting pada dimensi ini mencakup kejelasan isi informasi, kelengkapan materi yang disampaikan, kemudahan dalam memahami informasi, serta relevansi informasi dengan kebutuhan wajib pajak. Kualitas informasi sangat memengaruhi cara wajib pajak menangkap pesan dan memahami ketentuan perpajakan (Bouaddi dkk., 2025), karena informasi yang ambigu akan meningkatkan potensi kesalahan dan mengurangi motivasi kepatuhan. Informasi yang jelas dan komprehensif dapat mengurangi persepsi kerumitan terhadap pajak dan memperkuat kesadaran fiskal wajib pajak (Bahramov, 2023). Dengan demikian, kualitas informasi menjadi dimensi kunci yang menentukan efektivitas komunikasi perpajakan.

2. Dimensi Media Sosialisasi

Keberhasilan sosialisasi perpajakan juga sangat ditentukan oleh jenis dan variasi media yang digunakan (Cyan dkk., 2017). Penggunaan media tatap muka seperti seminar dan penyuluhan, media digital seperti situs web dan media sosial, media cetak seperti brosur, serta media elektronik seperti radio dan televisi dapat memperluas jangkauan pesan. Indikator pada dimensi ini mencakup pemanfaatan berbagai jenis media dan intensitas penyampaian melalui masing-masing saluran. Semakin beragam media yang digunakan, semakin tinggi efektivitas penyampaian pesan, terutama dalam konteks peningkatan pengetahuan wajib pajak (Hamed, 2020).

3. Dimensi Kompetensi Petugas Pajak

Petugas pajak merupakan aktor utama dalam proses sosialisasi karena mereka berinteraksi secara langsung dengan wajib pajak (Mascagni dkk., 2025). Kompetensi petugas, baik dalam penguasaan materi perpajakan maupun kemampuan berkomunikasi, sangat menentukan bagaimana informasi diterima dan dipahami oleh masyarakat. Indikator dimensi ini mencakup pengetahuan petugas tentang aturan perpajakan, kemampuan menjelaskan materi dengan sederhana, sikap profesional dan komunikatif, serta kemampuan menjawab pertanyaan wajib pajak. Kualitas interaksi antara petugas pajak dan wajib pajak berkontribusi besar terhadap persepsi masyarakat terhadap institusi perpajakan. Kompetensi petugas mencerminkan kualitas tata kelola administrasi perpajakan daerah dan berpengaruh langsung terhadap keberhasilan sosialisasi (Sukesi & Yunaidah, 2020).

4. Dimensi Aksesibilitas Sosialisasi

Dimensi aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan wajib pajak dalam memperoleh informasi, mengikuti kegiatan sosialisasi, dan mengakses kanal konsultasi perpajakan (Ahmadi & Puterisari, 2025). Indikator yang termasuk di dalamnya adalah kemudahan mengikuti kegiatan sosialisasi, ketersediaan kanal informasi daring, kemudahan memperoleh layanan konsultasi pajak, dan luasnya cakupan sasaran sosialisasi. Aksesibilitas merupakan faktor

kunci dalam menciptakan kepatuhan sukarela, karena wajib pajak yang mudah mengakses informasi akan lebih memahami kewajiban mereka (Thomas, 2016). Untuk itu, digitalisasi layanan perpajakan menjadi strategi penting dalam memperluas keterjangkauan sosialisasi.

5. Dimensi Partisipasi Wajib Pajak

Dimensi terakhir berkaitan dengan tingkat keterlibatan aktif wajib pajak dalam kegiatan sosialisasi. Partisipasi aktif seperti menghadiri sosialisasi, terlibat dalam diskusi, mengalami perubahan persepsi setelah kegiatan, dan menyebarkan informasi kepada pihak lain merupakan indikator penting keberhasilan komunikasi perpajakan. Partisipasi wajib pajak merupakan refleksi dari efektivitas komunikasi publik dalam proses sosialisasi (Bouaddi dkk., 2025). Tingkat partisipasi menjadi prediktor penting dalam meningkatkan kepatuhan sukarela, karena keterlibatan aktif dapat memperkuat pemahaman dan kesadaran fiskal wajib pajak (Martadinata & Yasa, 2022). Dalam kajian administrasi perpajakan, efektivitas sosialisasi pajak sangat dipengaruhi oleh metode atau bentuk penyampaiannya. Sosialisasi perpajakan pada dasarnya dapat dilakukan melalui dua pendekatan utama, yaitu sosialisasi langsung dan sosialisasi tidak langsung. Kedua bentuk ini dibangun atas dasar teori komunikasi publik dan edukasi fiskal yang menekankan penyampaian informasi melalui interaksi interpersonal maupun melalui media massa untuk memengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku wajib pajak (Herawati dkk., 2018).

6. Sosialisasi Langsung

Sosialisasi langsung merupakan bentuk edukasi perpajakan yang dilakukan melalui interaksi tatap muka antara aparat pajak dengan wajib pajak atau calon wajib pajak (Amelia dkk., 2025). Melalui pendekatan ini, proses penyampaian informasi berjalan secara dua arah (*two-way communication*), sehingga memungkinkan terjadinya klarifikasi *Subjective Norm*, diskusi, dan penjelasan yang lebih mendalam. Bentuk umum sosialisasi langsung meliputi: A) Seminar perpajakan; B) *Workshop* atau pelatihan; C) Penyuluhan langsung di kantor pajak atau pemerintah daerah; D) Konsultasi

tatap muka. Model ini dinilai efektif karena memberikan ruang bagi wajib pajak untuk berinteraksi secara langsung dengan petugas pajak, sehingga dapat meningkatkan pemahaman sekaligus mengurangi kesalahan interpretasi dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan.

7. Sosialisasi Tidak Langsung

Sosialisasi tidak langsung merupakan kegiatan penyampaian informasi perpajakan kepada masyarakat melalui media komunikasi yang tidak melibatkan interaksi tatap muka secara langsung (Cyan dkk., 2017). Bentuk ini memanfaatkan saluran komunikasi massa dan digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Bentuk umum sosialisasi tidak langsung meliputi: a) Media elektronik (radio, televisi, *talkshow*); b) Media cetak (koran, brosur, *leaflet*, spanduk); c) Media digital (*website*, media sosial, *e-brochure*); d) Konten multimedia (video edukatif, infografis). Keunggulan pendekatan sosialisasi tidak langsung terletak pada jangkauan penyebaran informasi yang lebih luas, biaya pelaksanaan yang relatif lebih rendah, serta konsistensi pesan yang dapat disampaikan kepada masyarakat. Meskipun demikian, metode ini memiliki keterbatasan karena tidak menyediakan ruang interaksi langsung antara otoritas pajak dan wajib pajak sebagaimana yang terjadi pada sosialisasi tatap muka.

Dalam penelitian ini, indikator sosialisasi perpajakan disusun berdasarkan kerangka teoretis yang dikemukakan oleh (Herawati dkk., 2018) yang mengklasifikasikan sosialisasi perpajakan ke dalam dua bentuk utama, yaitu sosialisasi langsung dan sosialisasi tidak langsung. Pembagian tersebut menjadi landasan penting dalam penentuan indikator penelitian karena memberikan gambaran komprehensif mengenai berbagai metode penyampaian informasi perpajakan kepada wajib pajak. Sosialisasi langsung mencakup kegiatan yang melibatkan interaksi tatap muka antara otoritas pajak dan masyarakat, seperti seminar, penyuluhan, dan konsultasi perpajakan.

Melalui pendekatan ini, wajib pajak dapat memperoleh penjelasan secara langsung sekaligus memiliki kesempatan untuk mengajukan pertanyaan terkait kewajiban perpajakan mereka. Sementara itu, sosialisasi tidak langsung dilakukan melalui berbagai media komunikasi seperti media cetak, media elektronik, dan media digital yang memungkinkan penyebaran informasi perpajakan kepada masyarakat secara lebih luas tanpa memerlukan interaksi langsung (Herawati dkk., 2018).

Pendekatan dualistik antara sosialisasi langsung dan tidak langsung tersebut secara konseptual sejalan dengan kebutuhan penelitian untuk menilai efektivitas penyampaian informasi perpajakan berdasarkan media dan metode yang digunakan oleh pemerintah. Dengan demikian, indikator sosialisasi perpajakan dalam penelitian ini dirumuskan dengan merujuk pada konsep dasar sosialisasi langsung dan tidak langsung yang dikemukakan oleh (Herawati dkk., 2018). Penggunaan kerangka teori ini memberikan dasar metodologis yang kuat dalam mengukur bagaimana berbagai bentuk sosialisasi perpajakan berkontribusi terhadap peningkatan pemahaman, pembentukan sikap, serta perilaku kepatuhan wajib pajak.

2.2 Teori Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan konsep fundamental dalam kajian administrasi publik dan manajemen pelayanan, yang menekankan sejauh mana layanan yang diberikan instansi mampu memenuhi atau melampaui harapan masyarakat (Baser & Tan, 2023). Dalam berbagai literatur, kualitas pelayanan dipandang sebagai faktor kunci yang menentukan tingkat kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas masyarakat sebagai pengguna layanan publik. Kualitas pelayanan sebagai tingkat kesenjangan antara harapan konsumen dengan kinerja aktual yang mereka terima (Zhang dkk., 2022). Apabila layanan yang diterima lebih rendah dari harapan, konsumen menilai kualitas pelayanan sebagai buruk, sedangkan apabila layanan melampaui harapan, maka kualitas dinilai tinggi.

Selanjutnya kualitas pelayanan merupakan persepsi konsumen terhadap keunggulan atau superioritas suatu layanan secara keseluruhan (Prakash, 2019). Dengan demikian, persepsi masyarakat menjadi determinan utama dalam menilai kualitas layanan, bukan hanya standar administratif penyedia layanan. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan penyedia layanan dalam memberikan pelayanan yang tepat, cepat, akurat, dan memuaskan sehingga mampu menciptakan pengalaman positif bagi pengguna layanan (Meesala & Paul, 2018). Definisi ini menggarisbawahi bahwa pelayanan bukan hanya proses administratif tetapi juga interaksi emosional dan sosial antara petugas dan pengguna.

Dalam konteks sektor publik, kualitas pelayanan merupakan wujud dari *public service excellence*, yaitu cara pemerintah memberikan layanan yang responsif, efisien, dan sesuai kebutuhan masyarakat (Zainal Abidin dkk., 2018). Perspektif ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan komponen strategis dari tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*). Pada bidang perpajakan, kualitas pelayanan menjadi dimensi penting dalam meningkatkan kepatuhan dan loyalitas wajib pajak. Kualitas pelayanan perpajakan memengaruhi persepsi wajib pajak mengenai kredibilitas otoritas pajak sehingga berdampak pada tingkat kepercayaan dan kesediaan mereka dalam memenuhi kewajiban pajak (Nguvava & Sangar, 2024).

Konsep kualitas pelayanan secara teoretis merujuk pada model SERVQUAL, model ini menjadi rujukan utama dalam penelitian terkait kualitas pelayanan sektor publik maupun privat, termasuk perpajakan (Aditia dkk., 2025). Kualitas pelayanan merupakan salah satu determinan penting dalam menilai kinerja pelayanan publik, termasuk dalam administrasi perpajakan. Salah satu model yang paling banyak digunakan untuk mengukur kualitas layanan adalah SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Model ini menempatkan persepsi pengguna layanan sebagai basis utama dalam menilai mutu pelayanan yang diberikan oleh organisasi (Parasuraman dkk., 1988).

SERVQUAL memandang kualitas pelayanan sebagai sebuah konstruksi *multidimensional* yang terdiri dari lima dimensi utama, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Kelima dimensi tersebut digunakan secara luas dalam berbagai konteks pelayanan karena mampu menggambarkan pengalaman pengguna layanan secara komprehensif (Wirtz & Zeithaml, 2018). Penelitian-penelitian mutakhir juga menunjukkan bahwa kerangka SERVQUAL tetap relevan digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan publik maupun layanan berbasis digital (Parasuraman dkk., 1988; Wirtz & Zeithaml, 2018).

1. ***Tangible (bukti fisik)***, berkaitan dengan fasilitas fisik, peralatan, sarana prasarana, serta penampilan petugas dalam memberikan pelayanan. Kondisi fisik yang baik mencerminkan kesiapan organisasi dalam menyelenggarakan pelayanan yang profesional dan meningkatkan persepsi awal pengguna layanan (Parasuraman dkk., 1988). Dalam konteks pelayanan publik modern, aspek *tangible* juga mencakup kesiapan teknologi layanan dan kenyamanan lingkungan pelayanan (Wirtz & Zeithaml, 2018).
2. ***Reliability (keandalan)***, kemampuan organisasi untuk memberikan pelayanan secara akurat, konsisten, dan sesuai dengan standar yang telah dijanjikan. Keandalan menjadi fondasi utama dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi pelayanan. Layanan yang tepat waktu dan minim kesalahan administratif akan memperkuat persepsi kredibilitas organisasi (Parasuraman dkk., 1988). Studi empiris terbaru menunjukkan bahwa *reliability* merupakan salah satu prediktor paling kuat terhadap kepuasan pengguna layanan (Engdaw, 2020).
3. ***Responsiveness (ketanggapan)***, yang menggambarkan kesediaan dan kecepatan petugas dalam membantu masyarakat serta menangani permintaan layanan. Dimensi ini menekankan pentingnya orientasi pelayanan yang proaktif dan berfokus pada kebutuhan pengguna. Respons yang cepat dan prosedur yang jelas akan meningkatkan pengalaman layanan serta mengurangi persepsi birokrasi yang lamban (Parasuraman dkk., 1988).

4. **assurance (jaminan)**, yang mencakup kompetensi teknis petugas, kesopanan, serta kemampuan memberikan rasa aman kepada pengguna layanan. *Assurance* berkaitan erat dengan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap profesionalitas institusi. Ketika petugas memiliki pengetahuan yang memadai dan menunjukkan sikap yang meyakinkan, maka kepercayaan publik terhadap layanan akan meningkat (Parasuraman dkk., 1988; Wirtz & Zeithaml, 2018).
5. **empathy (empati)**, yaitu kemampuan organisasi dan petugas dalam memberikan perhatian personal kepada pengguna layanan serta memahami kebutuhan mereka secara individual. Empati menunjukkan bahwa pelayanan tidak bersifat mekanistik, melainkan berorientasi pada manusia sebagai pengguna layanan. Penelitian terbaru menegaskan bahwa empati berperan penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna layanan Publik (Engdaw, 2020). Kelima dimensi SERVQUAL membentuk kerangka analitis yang komprehensif untuk menilai kualitas pelayanan perpajakan dari perspektif wajib pajak. Penggunaan model ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi aspek layanan yang perlu diperkuat guna meningkatkan kepuasan, kepercayaan, dan kepatuhan wajib pajak.

Secara keseluruhan, pemilihan indikator tersebut didasarkan pada kesesuaiannya dengan karakteristik pelayanan publik di sektor perpajakan serta kemampuannya dalam menggambarkan persepsi wajib pajak mengenai kualitas layanan yang mereka terima. Kelima dimensi *SERVQUAL* memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kualitas pelayanan, mulai dari aspek fisik, keandalan, ketanggapan, dan jaminan profesionalitas, hingga aspek empati yang bersifat interpersonal. Dengan demikian, indikator yang digunakan dalam penelitian ini relevan dalam menilai kualitas pelayanan perpajakan daerah karena mencerminkan standar pelayanan publik modern dan menggambarkan pengalaman nyata wajib pajak dalam proses administrasi perpajakan.

2.3 Teori Loyalitas Wajib Pajak

Loyalitas wajib pajak (*taxpayer loyalty*) merupakan konsep yang semakin mendapatkan perhatian dalam literatur perpajakan modern, khususnya dalam konteks reformasi administrasi perpajakan dan penguatan prinsip *voluntary compliance* (Kepatuhan Sukarela). Konsep loyalitas pada awalnya berkembang dalam kajian pemasaran dan manajemen hubungan pelanggan (*customer relationship management*) yang menekankan pentingnya komitmen jangka panjang antara penyedia layanan dan pengguna. Loyalitas dipahami sebagai komitmen yang kuat dari individu untuk terus menggunakan suatu produk atau layanan secara konsisten, meskipun terdapat pengaruh situasional maupun alternatif pilihan lain (Oliver, 1999).

Dalam konteks perpajakan, konsep loyalitas mengalami penyesuaian karena hubungan antara pemerintah dan wajib pajak tidak bersifat transaksi komersial, melainkan didasarkan pada kewajiban hukum dan kontrak sosial antara negara dan warga negara. Oleh karena itu, loyalitas wajib pajak tidak hanya tercermin dari kepatuhan formal dalam membayar pajak, tetapi juga dari sikap positif, kepercayaan terhadap otoritas pajak, serta kesediaan untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela dalam jangka Panjang (Bodea & LeBas, 2016; Bornman, 2015)

Sejumlah ahli perpajakan mendefinisikan loyalitas wajib pajak sebagai kesediaan berkelanjutan dari wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya secara sukarela, patuh, dan konsisten, meskipun terdapat ketidakpastian atau kendala administratif yang mungkin dihadapi (Gangl dkk., 2015; Horodnic, 2018; Kirchler, 2007). Definisi ini menegaskan bahwa loyalitas tidak hanya tercermin dalam kepatuhan formal, seperti pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) secara tepat waktu, tetapi juga dalam kepatuhan intrinsik yang mencerminkan komitmen moral serta sikap positif wajib pajak terhadap sistem perpajakan.

Feld dan Frey (2002) menjelaskan bahwa loyalitas wajib pajak tidak hanya terbentuk melalui mekanisme penegakan hukum atau tekanan sanksi, tetapi juga dipengaruhi oleh hubungan psikologis antara otoritas pajak dan wajib pajak. Hubungan tersebut berkembang melalui interaksi yang adil, kualitas pelayanan yang baik, komunikasi yang terbuka, serta penghargaan terhadap hak dan martabat wajib pajak sebagai warga negara. Ketika otoritas pajak mampu memperlakukan wajib pajak secara adil dan transparan, maka akan muncul rasa saling percaya yang mendorong wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya secara sukarela.

Lebih lanjut, pendekatan ini menegaskan bahwa loyalitas wajib pajak tidak semata-mata ditentukan oleh faktor ekonomi seperti besaran tarif pajak atau ancaman sanksi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh persepsi wajib pajak terhadap kualitas pelayanan, transparansi kebijakan, serta kredibilitas institusi perpajakan. Dengan kata lain, semakin positif persepsi wajib pajak terhadap kinerja dan integritas otoritas pajak, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menunjukkan perilaku kepatuhan yang berkelanjutan dan loyal terhadap sistem perpajakan (Feld & Frey, 2002).

Literatur perilaku perpajakan kontemporer menjelaskan bahwa loyalitas wajib pajak dapat dipahami melalui dua dimensi utama, yaitu loyalitas sikap (*attitudinal loyalty*) dan loyalitas perilaku (*behavioral loyalty*). Loyalitas sikap mencerminkan keyakinan, persepsi, dan penilaian positif wajib pajak terhadap administrasi perpajakan, termasuk tingkat kepercayaan kepada otoritas pajak dan persepsi terhadap keadilan sistem perpajakan (Dick & Basu, 1994). Sementara itu, loyalitas perilaku menunjukkan tindakan nyata wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakannya, seperti konsistensi dalam pelaporan, ketepatan waktu dalam pembayaran pajak, serta partisipasi dalam kegiatan sosialisasi atau edukasi perpajakan (Kirchler, 2007). Penelitian kontemporer juga menegaskan bahwa hubungan antara sikap positif dan perilaku kepatuhan tersebut berperan penting dalam membangun komitmen jangka panjang wajib pajak terhadap sistem perpajakan (Alm & Torgler, 2011; Gangl dkk., 2015).

Landasan teoretis loyalitas wajib pajak dibangun dari berbagai teori perilaku dan psikologi sosial yang banyak digunakan dalam kajian kepatuhan dan administrasi perpajakan. Teori-teori tersebut memberikan kerangka konseptual untuk memahami bagaimana sikap, persepsi, hubungan dengan otoritas pajak, serta persepsi keadilan memengaruhi komitmen jangka panjang wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Dalam literatur perpajakan, beberapa pendekatan teoritik yang sering digunakan untuk menjelaskan fenomena ini antara lain (1) *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menekankan peran sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku dalam membentuk niat kepatuhan (Ajzen, 1991), (2) *Slippery Slope Framework* (SSF) yang menjelaskan bahwa kepatuhan pajak dipengaruhi oleh kombinasi antara kepercayaan kepada otoritas pajak dan kekuatan penegakan hukum (Kirchler, 2007; Kirchler dkk., 2008), serta (3) *Equity Theory* yang menekankan pentingnya persepsi keadilan distributif dan prosedural dalam membentuk sikap dan perilaku individu terhadap suatu sistem (Adams, 1965). Ketiga pendekatan tersebut memberikan perspektif yang saling melengkapi dalam menjelaskan bagaimana loyalitas wajib pajak terbentuk dan dipertahankan dalam sistem perpajakan modern.

1. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen menjelaskan bahwa perilaku individu tidak muncul secara spontan, tetapi didahului oleh niat (*intention*) untuk melakukan suatu tindakan. Niat tersebut dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*) (Ajzen, 1991). Kerangka teoritis ini banyak digunakan untuk menjelaskan berbagai perilaku manusia, termasuk perilaku kepatuhan dalam konteks perpajakan. Dalam konteks loyalitas wajib pajak, ketiga komponen TPB dapat menjelaskan bagaimana sikap dan persepsi wajib pajak berkembang menjadi perilaku kepatuhan yang konsisten.

Theory of Planned Behavior (TPB) digunakan untuk menjelaskan dan memprediksi perilaku individu dalam berbagai konteks, termasuk perilaku kepatuhan perpajakan. Teori ini merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen, yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang merupakan realisasi dari niat (*intention*) untuk melakukan suatu tindakan (Ajzen, 1991). Selanjutnya, Ajzen (1991) mengembangkan teori tersebut menjadi *Theory of Planned Behavior* dengan menambahkan satu determinan penting, yaitu *perceived behavioral control*. Menurut TPB, niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*) (Ajzen, 1991). Dalam perkembangan literatur perpajakan modern, kerangka TPB masih banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku kepatuhan wajib pajak karena mampu menggambarkan hubungan antara faktor psikologis dan keputusan individu dalam memenuhi kewajiban perpajakan (Khusna & Subandi, 2025; Kirchler, 2007).

a. Sikap (*Attitude*)

Sikap (*attitude*) merupakan evaluasi individu terhadap suatu perilaku yang didasarkan pada keyakinan mengenai konsekuensi dari perilaku tersebut. Fishbein dan Ajzen (1975) menjelaskan bahwa sikap merupakan akumulasi perasaan individu untuk menerima atau menolak suatu objek atau tindakan tertentu. Sikap tersebut dipengaruhi oleh *behavioral beliefs*, yaitu keyakinan individu mengenai hasil yang akan diperoleh dari suatu tindakan serta evaluasi terhadap hasil tersebut (Ajzen, 1991). Dalam konteks perpajakan, wajib pajak yang memiliki sikap positif terhadap pajak cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk memenuhi kewajiban perpajakannya secara sukarela (Mustikasari, 2007).

b. Norma Subjektif (Subjective Norm)

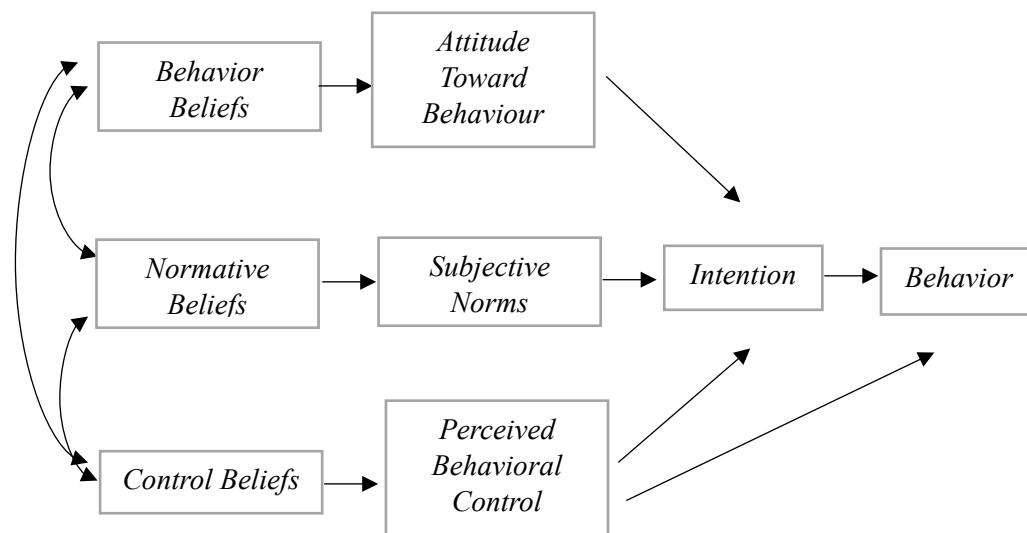
Norma subjektif merupakan persepsi individu mengenai tekanan sosial atau pengaruh dari orang lain dalam menentukan suatu perilaku. (Ajzen, 1991) menjelaskan bahwa norma subjektif berkaitan dengan keyakinan individu mengenai harapan dari orang-orang yang dianggap penting dalam lingkungannya. Dalam norma subjektif terdapat individu atau kelompok yang mempengaruhi perilaku seseorang, yang disebut sebagai *referents*, seperti keluarga, rekan kerja, dan lingkungan sosial. Sebelum melakukan suatu tindakan, individu akan mempertimbangkan harapan normatif dari orang lain serta motivasi untuk memenuhi harapan tersebut (*normative beliefs*) (Ajzen, 1991). Dalam konteks perpajakan, norma subjektif dapat terbentuk melalui budaya kepatuhan dalam masyarakat, persepsi terhadap keadilan sistem perpajakan, serta pengaruh lingkungan sosial terhadap kewajiban perpajakan. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa tekanan sosial dan norma kepatuhan dalam lingkungan masyarakat dapat meningkatkan niat wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya (Talithahandari dkk., 2024).

2. Kontrol Perilaku Persepsian (*Perceived Behavioral Control*)

Kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) menggambarkan sejauh mana individu merasa memiliki kemampuan atau kendali untuk melakukan suatu perilaku. Konsep ini berkaitan dengan persepsi mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu tindakan (Ajzen, 1991). Kontrol perilaku persepsian dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu serta persepsi individu mengenai faktor yang dapat mendukung atau menghambat suatu perilaku. Dalam konteks perpajakan, faktor seperti kemudahan penggunaan sistem administrasi perpajakan digital, kejelasan regulasi, serta kualitas layanan perpajakan dapat meningkatkan persepsi kemudahan bagi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan (Purnamasari dkk., 2024).

Secara umum, *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa ketika individu memiliki sikap positif terhadap suatu perilaku, memperoleh dukungan sosial dari lingkungannya, serta merasa memiliki kemampuan untuk melakukan perilaku tersebut, maka individu tersebut akan memiliki niat yang lebih kuat untuk melakukan perilaku tersebut. Niat tersebut kemudian mempengaruhi terbentuknya perilaku kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya (Ajzen, 1991; Kirchler, 2007).

Gambar 2.1 Konsep *Theory of Planned Behavior*



Sumber: *perceived behavioral control* (Jogiyanto, 2007)

Dengan demikian, TPB memberikan landasan teoritis bahwa loyalitas wajib pajak tidak hanya dipengaruhi oleh kewajiban hukum, tetapi juga oleh sikap positif terhadap pajak, pengaruh lingkungan sosial, serta persepsi kemudahan dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

3. *Slippery Slope Framework* (SSF)

Slippery Slope Framework (SSF) yang dikembangkan oleh Erich Kirchler bersama Erich Hoelzl dan Ingrid Wahl menjelaskan hubungan antara otoritas pajak dan wajib pajak melalui dua dimensi utama, yaitu kekuatan

otoritas pajak (*power of authorities*) dan tingkat kepercayaan wajib pajak terhadap otoritas tersebut (*trust in authorities*) (Kirchler dkk., 2008). Kerangka ini menegaskan bahwa kepatuhan pajak dan dalam konteks yang lebih luas loyalitas wajib pajak tidak hanya dipengaruhi oleh pengawasan dan sanksi, tetapi juga oleh kualitas hubungan institusional antara otoritas pajak dan masyarakat. Dalam perspektif SSF, kepatuhan pajak dapat terbentuk melalui dua mekanisme utama, yaitu kepatuhan yang didorong oleh kekuatan otoritas dan kepatuhan yang lahir dari kepercayaan terhadap institusi pajak.

a. Kekuatan otoritas pajak

Kekuatan otoritas mencerminkan kemampuan otoritas pajak dalam menegakkan regulasi melalui mekanisme pengawasan, audit, sanksi administrasi, serta penegakan hukum. Kekuatan ini berperan penting dalam memastikan bahwa sistem perpajakan berjalan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Namun, kepatuhan yang muncul dari kekuatan otoritas biasanya menghasilkan *enforced compliance*, yaitu kepatuhan yang bersifat terpaksa karena wajib pajak merasa berada di bawah pengawasan atau menghadapi risiko sanksi. Kepatuhan semacam ini dapat meningkatkan tingkat pembayaran pajak dalam jangka pendek, tetapi belum tentu menghasilkan loyalitas jangka panjang karena perilaku patuh sering kali hanya muncul ketika tingkat pengawasan tinggi (Kirchler dkk., 2008).

b. Kepercayaan terhadap otoritas pajak

Selain kekuatan otoritas, SSF menekankan pentingnya dimensi kepercayaan. Kepercayaan terbentuk ketika wajib pajak merasa diperlakukan secara adil, memperoleh pelayanan yang profesional, serta melihat transparansi dalam proses administrasi perpajakan. Kepercayaan ini memiliki peran penting dalam menciptakan *voluntary compliance*, yaitu kepatuhan yang lahir dari kesadaran dan keyakinan bahwa sistem perpajakan dijalankan secara akuntabel dan berpihak pada kepentingan publik. Dalam kondisi tersebut,

pembayaran pajak tidak lagi dipandang sebagai kewajiban yang dipaksakan, melainkan sebagai kontribusi terhadap pembangunan dan penyediaan layanan publik (Gangl dkk., 2015; Kirchler dkk., 2008).

Sejumlah penelitian berbasis SSF menunjukkan bahwa loyalitas wajib pajak lebih erat terkait dengan kepatuhan sukarela yang berbasis kepercayaan dibandingkan dengan kepatuhan yang dipaksakan melalui pengawasan. Ketika otoritas pajak mampu membangun hubungan yang transparan, akuntabel, dan responsif terhadap kebutuhan wajib pajak, maka tingkat kepercayaan publik akan meningkat dan mendorong komitmen jangka panjang dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Dalam praktik administrasi perpajakan modern, kualitas pelayanan publik menjadi faktor yang sangat menentukan dalam membangun kepercayaan tersebut. Pelayanan yang responsif, andal, memberikan kepastian, serta menunjukkan empati terhadap kebutuhan wajib pajak dapat meningkatkan persepsi positif terhadap institusi pajak. Dukungan teknologi dalam layanan perpajakan juga berkontribusi memperkuat transparansi dan kemudahan akses layanan. Melalui mekanisme tersebut, kepercayaan publik terhadap otoritas pajak dapat tumbuh dan pada akhirnya memperkuat loyalitas wajib pajak terhadap sistem perpajakan.

4. *Equity Theory dan Distributive Justice*

Equity Theory yang diperkenalkan oleh John Stacey Adams menjelaskan bahwa individu cenderung menunjukkan sikap dan perilaku positif ketika mereka merasa diperlakukan secara adil dalam suatu sistem. Dalam konteks perpajakan, persepsi mengenai keadilan menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi loyalitas wajib pajak. Ketika wajib pajak menilai bahwa sistem perpajakan berjalan secara adil dan proporsional, mereka cenderung memiliki komitmen yang lebih kuat untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara konsisten.

a. Keadilan tarif pajak (*tax rate fairness*)

Keadilan tarif pajak berkaitan dengan persepsi wajib pajak mengenai apakah tarif pajak yang dikenakan dianggap wajar dan proporsional dengan kemampuan ekonominya. Wajib pajak cenderung lebih menerima sistem perpajakan apabila tarif pajak dipandang adil dan tidak membebani secara berlebihan. Sebaliknya, persepsi bahwa tarif pajak terlalu tinggi, tidak proporsional, atau tidak sesuai dengan kapasitas ekonomi dapat menimbulkan ketidakpuasan yang pada akhirnya menurunkan loyalitas terhadap sistem perpajakan (Kirchler, 2007).

b. Keadilan distribusi manfaat publik (*distributive justice*)

Dimensi ini berkaitan dengan bagaimana manfaat dari pajak yang dikumpulkan didistribusikan kepada masyarakat melalui pembangunan infrastruktur, pelayanan publik, maupun program sosial. Wajib pajak cenderung menunjukkan tingkat loyalitas yang lebih tinggi ketika mereka melihat bahwa pajak yang dibayarkan digunakan secara nyata untuk kepentingan publik. Sebaliknya, ketika manfaat pajak tidak terlihat secara jelas atau dianggap tidak merata, persepsi keadilan dapat menurun dan berdampak pada komitmen wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya (Gangl dkk., 2015; Kirchler, 2007).

c. Keadilan prosedural (*procedural justice*)

Keadilan prosedural berkaitan dengan bagaimana proses administrasi dan pelayanan perpajakan dijalankan oleh otoritas pajak. Prosedur yang transparan, tidak diskriminatif, mudah diakses, serta bebas dari praktik penyimpangan akan meningkatkan persepsi keadilan di mata wajib pajak. Pelayanan yang profesional dan konsisten juga berperan penting dalam membangun kepercayaan terhadap institusi pajak (Kirchler, 2007).

Secara keseluruhan, teori keadilan menjelaskan bahwa loyalitas wajib pajak tidak hanya dibentuk oleh kekuatan otoritas atau ancaman sanksi, tetapi juga oleh persepsi bahwa sistem perpajakan dijalankan secara adil, bermanfaat, dan profesional. Dengan demikian, loyalitas wajib pajak dapat dipahami sebagai fenomena multidimensional yang dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, serta persepsi keadilan dalam sistem perpajakan. Dalam kerangka ini, *Theory of Planned Behavior* menjelaskan determinan psikologis perilaku, *Slippery Slope Framework* menekankan hubungan antara kekuatan otoritas dan kepercayaan, sementara *Equity Theory* menyoroti pentingnya persepsi keadilan dalam membentuk komitmen jangka panjang wajib pajak terhadap sistem perpajakan.

Dalam literatur perpajakan modern, loyalitas wajib pajak dipahami sebagai konstruksi multidimensi yang diadaptasi dari konsep loyalitas konsumen dalam manajemen pemasaran. Adaptasi ini dilakukan karena hubungan antara pemerintah dan wajib pajak memiliki karakteristik yang serupa dengan hubungan organisasi dan pelanggan, yaitu melibatkan persepsi, pengalaman layanan, serta komitmen jangka panjang terhadap suatu institusi (Dick & Basu, 1994; Oliver, 1999).

Oleh karena itu, loyalitas wajib pajak tidak hanya tercermin dalam kepatuhan sesaat, tetapi lebih pada komitmen berkelanjutan yang dipengaruhi oleh faktor kognitif, afektif, sikap, dan perilaku. Dalam berbagai studi perilaku perpajakan, loyalitas wajib pajak umumnya dianalisis melalui empat dimensi utama, yaitu loyalitas sikap, loyalitas perilaku, loyalitas afektif, dan loyalitas kognitif (Kirchler, 2007).

5. Loyalitas Sikap (*Attitudinal Loyalty*)

Loyalitas sikap merujuk pada kecenderungan internal wajib pajak berupa persepsi, keyakinan, dan preferensi positif terhadap sistem perpajakan dan otoritas pajak. Dimensi ini mencerminkan komitmen psikologis yang mendorong kesediaan wajib pajak untuk mendukung kebijakan perpajakan secara berkelanjutan. Sikap positif terhadap pajak biasanya

terbentuk ketika wajib pajak meyakini bahwa pajak memberikan manfaat nyata bagi pembangunan nasional dan pelayanan publik (Kirchler, 2007).

Indikator loyalitas sikap meliputi keyakinan bahwa pajak memberikan manfaat bagi pembangunan dan pelayanan publik, persepsi bahwa administrasi perpajakan dikelola secara profesional dan dapat dipercaya, serta sikap positif terhadap regulasi perpajakan, reformasi administrasi, dan digitalisasi layanan. Loyalitas sikap berperan sebagai fondasi pembentukan kepatuhan jangka panjang karena sikap positif cenderung memengaruhi niat dan perilaku individu dalam memenuhi kewajiban perpajakan (Ajzen, 1991).

6. Loyalitas Perilaku (*Behavioral Loyalty*)

Loyalitas perilaku berfokus pada tindakan nyata wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Dimensi ini relatif lebih mudah diamati dan diukur karena berkaitan dengan aktivitas administratif yang dilakukan wajib pajak secara rutin. Indikator loyalitas perilaku mencakup kepatuhan dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) tepat waktu, ketepatan dalam membayar pajak sesuai ketentuan, konsistensi dalam menggunakan saluran layanan resmi seperti *e-filing* dan *e-billing*, serta partisipasi dalam kegiatan sosialisasi atau edukasi perpajakan.

Loyalitas perilaku mencerminkan komitmen nyata yang dapat diverifikasi melalui data administrasi perpajakan dan menunjukkan sejauh mana keyakinan serta sikap positif wajib pajak diterjemahkan menjadi perilaku konkret (Gangl dkk., 2015).

7. Loyalitas Afektif (*Affective Loyalty*)

Loyalitas afektif menggambarkan keterikatan emosional wajib pajak terhadap otoritas pajak yang terbentuk melalui pengalaman pelayanan yang positif. Loyalitas ini berkembang ketika wajib pajak merasa dihargai, diperlakukan secara adil, serta memperoleh pelayanan yang profesional dari petugas pajak. Faktor yang membentuk loyalitas afektif antara lain pengalaman pelayanan yang positif dan konsisten, sikap ramah serta responsif dari petugas pajak, serta persepsi bahwa pelayanan

dilakukan secara adil dan tidak diskriminatif. Penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pelayanan yang positif dapat memperkuat hubungan emosional antara wajib pajak dan otoritas pajak sehingga mendorong kepatuhan sukarela dalam jangka panjang (Gangl dkk., 2015; Kirchler, 2007)

8. Loyalitas Kognitif (*Cognitive Loyalty*)

Loyalitas kognitif didasarkan pada penilaian rasional wajib pajak terhadap manfaat, efisiensi, dan kemudahan yang diperoleh dari sistem perpajakan. Loyalitas ini terbentuk ketika wajib pajak menilai bahwa sistem perpajakan memberikan nilai tambah baik dari sisi prosedural, biaya, maupun kemudahan akses. Indikator loyalitas kognitif meliputi persepsi terhadap efisiensi pelayanan perpajakan, kejelasan dan kesederhanaan regulasi, rendahnya biaya kepatuhan (*compliance cost*), serta manfaat dari digitalisasi layanan seperti *e-filing*, *e-billing*, dan sistem administrasi berbasis teknologi. Dalam era modernisasi perpajakan, dimensi kognitif menjadi semakin penting karena inovasi teknologi dan penyederhanaan prosedur dapat meningkatkan efisiensi pelayanan serta memperkuat komitmen wajib pajak terhadap sistem perpajakan.

Dalam penelitian administrasi perpajakan, pemahaman multidimensional mengenai loyalitas wajib pajak menjadi penting karena dapat menjelaskan hubungan antara kualitas pelayanan perpajakan, efektivitas sosialisasi, serta tingkat kepercayaan masyarakat terhadap otoritas pajak dalam mendorong kepatuhan yang berkelanjutan. Teori komitmen dan kepercayaan (*Commitment–Trust Theory*) yang dikemukakan oleh Robert M. Morgan dan Shelby D. Hunt menjelaskan bahwa loyalitas dalam suatu hubungan dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu kepercayaan (*trust*) dan komitmen (*commitment*) (Morgan & Hunt, 1994).

Penelitian ini menggunakan empat dimensi loyalitas wajib pajak, yaitu loyalitas sikap (*attitudinal loyalty*), loyalitas perilaku (*behavioral loyalty*), loyalitas afektif (*affective loyalty*), dan loyalitas kognitif (*cognitive loyalty*) (Dick & Basu, 1994; Oliver, 1999). Dimensi loyalitas sikap berkaitan dengan persepsi dan keyakinan positif wajib pajak terhadap manfaat pajak dan kualitas pelayanan. Loyalitas perilaku mencerminkan tindakan nyata dalam memenuhi kewajiban perpajakan, seperti pelaporan dan pembayaran pajak tepat waktu. Loyalitas afektif menunjukkan keterikatan emosional yang terbentuk melalui pengalaman pelayanan yang adil dan profesional, sedangkan loyalitas kognitif berkaitan dengan penilaian rasional wajib pajak terhadap efisiensi pelayanan, kejelasan regulasi, serta kemudahan prosedur perpajakan (Gangl dkk., 2015). Dengan demikian, penggunaan keempat dimensi tersebut memberikan kerangka yang komprehensif untuk mengukur loyalitas wajib pajak secara holistik. Pendekatan ini memungkinkan penelitian memahami bagaimana sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan dapat memengaruhi loyalitas wajib pajak melalui pembentukan kepercayaan dan komitmen terhadap otoritas pajak.

2.4 Teori Kepercayaan Publik

Kepercayaan publik merupakan salah satu konsep penting dalam kajian administrasi publik karena berkaitan dengan hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Menurut Choudhory (2008) dalam (Dwiyanto, 2018) berbagai istilah sering digunakan untuk menjelaskan fenomena kepercayaan, seperti *confidence*, *reliability*, dan *trustworthiness*. Perbedaan penggunaan istilah tersebut merupakan hal yang wajar karena konsep kepercayaan publik bersifat multidimensional dan menjadi objek kajian dari berbagai disiplin ilmu, seperti psikologi, sosiologi, politik, ekonomi, dan administrasi publik.

Beberapa ahli memberikan definisi yang berbeda mengenai konsep kepercayaan. Duek (1997) serta *Kramer* dan *Tyler* (1995) dalam (Blind, 2007) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan hubungan interpersonal yang kompleks dan bersifat abstrak yang berkaitan dengan organisasi atau institusi tertentu. Dalam perspektif psikologi, kepercayaan dipahami sebagai proses kognitif internal yang terjadi antara pihak yang mempercayai dan pihak yang dipercaya (Dwiyanto, 2018). Sementara itu, dalam perspektif ekonomi, kepercayaan dipandang sebagai harapan rasional yang bersifat kalkulatif terhadap hasil yang akan diberikan oleh suatu organisasi atau pihak lain (Dwiyanto, 2018; Kim, 2010; Williamson, 1993). Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, kepercayaan publik secara umum dapat diartikan sebagai sikap yang menggambarkan adanya hubungan saling memahami dan saling percaya antara masyarakat dan pemerintah.

Dalam konteks pemerintahan, kepercayaan publik mencerminkan keyakinan masyarakat bahwa pemerintah dan aparatur negara menjalankan tugasnya secara sah, transparan, dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan publik. Konsep kepercayaan publik juga dapat dijelaskan melalui teori modal sosial yang dikemukakan oleh Robert D. Putnam. Menurut (Putnam dkk., 1994) modal sosial menekankan pentingnya jaringan sosial, norma, dan kepercayaan dalam membangun kerja sama dalam masyarakat.

Dalam konteks perpajakan, keberadaan modal sosial yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dan sistem perpajakan. Teori modal sosial ini mencakup tiga dimensi utama, yaitu:

1. **Jaringan sosial (*social networks*)**, yaitu hubungan dan keterlibatan individu dalam komunitas atau kelompok sosial.
2. **Norma sosial (*social norms*)**, yaitu nilai dan aturan yang mengatur perilaku individu dalam masyarakat.
3. **Kepercayaan (*trust*)**, yaitu keyakinan bahwa individu atau institusi akan bertindak dengan itikad baik dan dapat dipercaya.

Dalam konteks perpajakan, kepercayaan publik merujuk pada keyakinan wajib pajak terhadap sistem perpajakan serta institusi pemerintah yang mengelola pajak. Kepercayaan ini berperan penting dalam mendorong kepatuhan sukarela dan loyalitas wajib pajak. Menurut (Choudhury, 2008), kepercayaan publik dalam sistem perpajakan dapat dijelaskan melalui tiga dimensi utama, yaitu:

a. *Confidence* (Kepercayaan diri)

Dimensi ini merujuk pada sejauh mana wajib pajak merasa yakin terhadap sistem perpajakan yang berlaku. Wajib pajak yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi terhadap sistem perpajakan cenderung lebih bersedia memenuhi kewajibannya tanpa paksaan eksternal. Kepercayaan tersebut dapat terbentuk melalui edukasi perpajakan yang baik serta transparansi dalam kebijakan perpajakan.

b. *Reliability* (Keandalan)

Keandalan berkaitan dengan keyakinan bahwa pemerintah menjalankan sistem perpajakan secara konsisten dan profesional. Dimensi ini mencerminkan kemampuan institusi pajak dalam memberikan pelayanan yang adil, efisien, dan dapat dipercaya dalam setiap proses administrasi perpajakan.

c. *Trustworthiness* (Kredibilitas)

Dimensi ini merujuk pada persepsi wajib pajak terhadap integritas dan transparansi pemerintah dalam mengelola penerimaan pajak. Ketika wajib pajak menilai bahwa pemerintah bertindak secara adil, tidak diskriminatif, serta menggunakan pajak untuk kepentingan publik secara efektif, maka tingkat kepercayaan terhadap sistem perpajakan akan semakin meningkat.

Meskipun teori modal sosial relevan dalam menjelaskan terbentuknya kepercayaan publik, beberapa penelitian menunjukkan bahwa transparansi dan akuntabilitas pengelolaan pajak merupakan faktor yang sangat menentukan dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap otoritas pajak.

Transparansi sistem perpajakan serta efektivitas pengelolaan pajak oleh pemerintah memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kepercayaan wajib pajak. Dengan demikian, kepercayaan publik dapat dipandang sebagai faktor penting yang memengaruhi tingkat kepatuhan dan loyalitas wajib pajak. Tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap sistem perpajakan akan mendorong masyarakat untuk mendukung kebijakan pajak secara sukarela dan berkelanjutan.

2.5 Teori Perilaku Konsumen

Penelitian ini mengadopsi teori perilaku konsumen dengan mengadaptasi peran konsumen menjadi *stakeholder*, yaitu wajib pajak. Pendekatan ini relevan karena perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan memiliki kemiripan dengan proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk atau jasa. Konsumen umumnya mempertimbangkan berbagai faktor sebelum melakukan pembelian, seperti manfaat yang diperoleh, persepsi terhadap kualitas layanan, serta pengalaman sebelumnya (Kotler & Keller, 2015).

Demikian pula dalam konteks perpajakan, wajib pajak mempertimbangkan berbagai aspek sebelum memutuskan untuk memenuhi kewajiban perpajakan, seperti manfaat dari kepatuhan pajak, persepsi terhadap sistem perpajakan, serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh otoritas pajak. Selain itu, faktor psikologis dan sosial yang mempengaruhi perilaku konsumen, seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap juga berperan dalam membentuk perilaku wajib pajak (Solomon & Behavior, 1994). Oleh karena itu, teori perilaku konsumen yang dimodifikasi dapat digunakan sebagai kerangka konseptual untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Dalam literatur perpajakan modern, pendekatan perilaku ini juga digunakan untuk menjelaskan bagaimana pengalaman pelayanan, tingkat kepercayaan terhadap otoritas pajak, serta persepsi terhadap keadilan sistem perpajakan mempengaruhi kepatuhan dan loyalitas wajib pajak (Alm & Torgler, 2011; Kirchler, 2007)

1. Proses Keputusan Wajib Pajak

Dalam teori perilaku konsumen, proses pengambilan keputusan individu umumnya melalui beberapa tahapan, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca-keputusan (Kotler & Keller, 2015; Solomon & Behavior, 1994). Model tersebut digunakan untuk menjelaskan bagaimana wajib pajak mengambil keputusan dalam memenuhi kewajiban berikut :

- a. Pengenalan Masalah**, yaitu ketika wajib pajak menyadari adanya kewajiban untuk membayar pajak. Kesadaran ini dipicu oleh regulasi pemerintah, kewajiban hukum, maupun sanksi bagi wajib pajak yang tidak memenuhi kewajibannya.
- b. Pencarian Informasi**, di mana wajib pajak mencari berbagai informasi yang berkaitan dengan sistem perpajakan, seperti prosedur pembayaran pajak, kewajiban pelaporan, serta manfaat dari kepatuhan pajak. Informasi tersebut dapat diperoleh melalui berbagai sumber, termasuk sosialisasi perpajakan melalui seminar, media sosial, maupun kampanye edukasi.
- c. Evaluasi Alternatif**, yaitu ketika wajib pajak mempertimbangkan berbagai pilihan dalam memenuhi kewajiban perpajakan, termasuk kemudahan sistem pembayaran pajak serta insentif yang diberikan oleh pemerintah. Selanjutnya, pada tahap keputusan, wajib pajak memutuskan untuk membayar pajak atau menunda kewajibannya. Keputusan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas pelayanan petugas pajak, transparansi sistem perpajakan, serta kemudahan akses teknologi pembayaran pajak.

d. Perilaku Pasca-Keputusan, yang berkaitan dengan pengalaman wajib pajak setelah melakukan pembayaran pajak. Apabila wajib pajak merasa puas terhadap sistem perpajakan dan kualitas pelayanan yang diterima, maka pengalaman tersebut dapat meningkatkan loyalitas wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan secara berkelanjutan. Penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa pengalaman pelayanan yang positif serta interaksi yang baik dengan otoritas pajak dapat meningkatkan kepatuhan sukarela dan loyalitas wajib pajak (Gangl dkk., 2015)

2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Wajib Pajak

Menurut (Solomon & Behavior, 1994), perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap. Faktor-faktor tersebut juga dapat digunakan untuk menjelaskan perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

- a. Motivasi merupakan dorongan internal yang mendorong individu untuk melakukan suatu tindakan. Dalam konteks perpajakan, motivasi wajib pajak dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti insentif pajak, sanksi perpajakan, serta manfaat sosial dari kepatuhan pajak.
- b. Persepsi berkaitan dengan bagaimana wajib pajak menafsirkan informasi mengenai sistem perpajakan. Persepsi yang positif terhadap keadilan dan transparansi sistem perpajakan dapat meningkatkan kepatuhan dan loyalitas wajib pajak.
- c. Pembelajaran merujuk pada proses di mana wajib pajak memperoleh pemahaman mengenai kewajiban perpajakan melalui pengalaman maupun informasi yang diberikan oleh otoritas pajak. Sosialisasi perpajakan yang efektif dapat membantu wajib pajak memahami prosedur dan manfaat perpajakan dengan lebih baik sehingga meningkatkan partisipasi dalam sistem perpajakan.

- d. Sikap wajib pajak terhadap pembayaran pajak juga berperan penting dalam membentuk perilaku kepatuhan. Sikap tersebut dipengaruhi oleh pengalaman, informasi yang diterima, serta interaksi wajib pajak dengan sistem perpajakan. Sikap positif terhadap pajak dapat terbentuk apabila wajib pajak merasa bahwa pajak yang mereka bayarkan digunakan secara efektif untuk pembangunan dan pelayanan publik. Dalam hal ini, kualitas pelayanan perpajakan yang cepat, transparan, dan profesional dapat meningkatkan kepercayaan serta kepuasan wajib pajak.

Pada akhirnya, loyalitas wajib pajak merupakan hasil dari kombinasi motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap. Oleh karena itu, sosialisasi perpajakan dan peningkatan kualitas pelayanan pajak memiliki peran penting dalam membangun loyalitas wajib pajak dalam jangka panjang.

3. Loyalitas Wajib Pajak sebagai *Stakeholder*

Loyalitas wajib pajak dapat dijelaskan melalui pendekatan loyalitas pelanggan yang diadaptasi ke dalam konteks hubungan antara pemerintah dan *stakeholder*. (Oliver, 1999) menjelaskan bahwa loyalitas berkembang melalui empat tahapan, yaitu loyalitas kognitif, loyalitas afektif, loyalitas konatif, dan loyalitas tindakan.

- a. Loyalitas kognitif terjadi ketika wajib pajak memiliki pemahaman yang kuat mengenai pentingnya membayar pajak serta manfaat yang diperoleh dari kepatuhan pajak. Pemahaman ini dapat terbentuk melalui sosialisasi perpajakan yang memberikan edukasi mengenai kewajiban pajak dan transparansi penggunaan pajak dalam pembangunan negara.
- b. Loyalitas afektif berkaitan dengan keterikatan emosional wajib pajak terhadap sistem perpajakan. Apabila wajib pajak merasa bahwa pemerintah bertindak secara adil dan transparan dalam mengelola pajak, maka mereka cenderung memiliki sikap positif dan loyal terhadap sistem perpajakan.

- c. Loyalitas konatif menggambarkan niat wajib pajak untuk terus memenuhi kewajiban perpajakan secara konsisten. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh otoritas pajak berperan penting dalam membangun loyalitas ini.
- d. Loyalitas tindakan, yaitu manifestasi nyata dari kesetiaan wajib pajak terhadap sistem perpajakan yang ditunjukkan melalui pembayaran pajak secara berkelanjutan tanpa adanya dorongan eksternal. Loyalitas ini terbentuk melalui kombinasi antara edukasi perpajakan yang efektif dan kualitas pelayanan yang baik, sehingga menciptakan pengalaman positif bagi wajib pajak dalam menjalankan kewajibannya.

2.6 Teori Loyalitas *Stakeholder*

Teori loyalitas *stakeholder* merupakan pengembangan dari konsep loyalitas pelanggan yang menekankan pentingnya hubungan jangka panjang antara organisasi dan para pemangku kepentingannya (Freeman, 2010). Dalam konteks perpajakan, loyalitas *stakeholder* mencerminkan hubungan jangka panjang antara wajib pajak dan otoritas pajak, di mana kepatuhan dan pembayaran pajak yang dilakukan secara berkelanjutan dapat dipandang sebagai bentuk loyalitas wajib pajak terhadap sistem perpajakan. Literatur perpajakan modern juga menjelaskan bahwa loyalitas wajib pajak berkaitan dengan kualitas hubungan antara otoritas pajak dan wajib pajak, termasuk persepsi terhadap keadilan sistem perpajakan serta pengalaman pelayanan yang diterima (Gangl dkk., 2015; Kirchler, 2007). Loyalitas wajib pajak tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal, seperti pemahaman dan kesadaran mengenai pentingnya membayar pajak, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, kualitas pelayanan perpajakan, serta transparansi dalam pengelolaan pajak. Hubungan yang positif antara otoritas pajak dan wajib pajak dapat meningkatkan kepatuhan sukarela dan memperkuat komitmen jangka panjang terhadap sistem perpajakan (Alm & Torgler, 2011).

Dalam kerangka teori ini, loyalitas *stakeholder* dapat dilihat melalui beberapa dimensi utama, antara lain kepuasan terhadap pelayanan perpajakan, kepercayaan terhadap pemerintah, serta persepsi wajib pajak terhadap manfaat pajak yang telah dibayarkan. Sosialisasi perpajakan menjadi salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran wajib pajak mengenai hak dan kewajiban perpajakan. Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan oleh otoritas pajak, seperti kemudahan akses layanan, efisiensi proses administrasi, serta sikap profesional petugas pajak, dapat menciptakan pengalaman positif bagi wajib pajak dan memperkuat hubungan jangka panjang mereka dengan sistem perpajakan. Lebih lanjut, teori loyalitas *stakeholder* juga menekankan pentingnya kepercayaan publik sebagai faktor yang memperkuat hubungan antara wajib pajak dan otoritas pajak. Kepercayaan publik terhadap institusi pajak dipengaruhi oleh persepsi masyarakat mengenai integritas, transparansi, dan akuntabilitas pemerintah dalam mengelola dana pajak. Apabila wajib pajak meyakini bahwa pajak yang mereka bayarkan digunakan secara adil dan untuk kepentingan publik, maka tingkat loyalitas mereka terhadap pembayaran pajak akan semakin kuat. Oleh karena itu, upaya membangun dan mempertahankan kepercayaan publik menjadi strategi penting dalam meningkatkan loyalitas *stakeholder* dalam sistem perpajakan (Gangl dkk., 2015).

2.7 Konsep Dasar Pembangunan Daerah dan Manajemen Regional

Pembangunan daerah (*regional development*) merupakan proses terencana yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas ekonomi, sosial, dan kelembagaan suatu wilayah secara berkelanjutan. Dalam perspektif ekonomi pembangunan, pembangunan daerah tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga mencakup pemerataan pembangunan, pengurangan ketimpangan wilayah, peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta penguatan kapasitas institusional pemerintah daerah (Todaro & Smith, 2009).

Secara konseptual, pembangunan daerah tidak dapat dipisahkan dari kerangka desentralisasi fiskal dan otonomi daerah. Desentralisasi memberikan kewenangan kepada pemerintah daerah untuk mengatur dan mengelola sumber daya daerah serta menentukan prioritas pembangunan sesuai dengan kebutuhan lokal. (Rondinelli, 1981) menjelaskan bahwa desentralisasi merupakan instrumen penting dalam meningkatkan efektivitas pembangunan wilayah karena memungkinkan proses pengambilan keputusan yang lebih dekat dengan masyarakat dan lebih responsif terhadap kondisi lokal. Dalam konteks Indonesia, prinsip tersebut ditegaskan dalam (Undang-Undang, 2014) yang menyatakan bahwa pembangunan daerah diarahkan untuk mempercepat peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pelayanan publik yang berkualitas, pemberdayaan masyarakat, serta peningkatan daya saing daerah.

Dalam kajian pembangunan wilayah modern, konsep manajemen regional (*regional management*) memegang peran strategis dalam mengelola proses pembangunan daerah. Manajemen regional merupakan pendekatan pengelolaan pembangunan yang menekankan koordinasi kebijakan, integrasi sumber daya, serta efektivitas tata kelola antaraktor pembangunan di tingkat daerah (Stöhr & Taylor, 1981).

Pendekatan ini menempatkan pemerintah daerah sebagai aktor utama yang bertanggung jawab dalam mengelola sumber daya pembangunan, membangun jaringan kebijakan, serta menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi wilayah. Oleh karena itu, kapasitas institusional pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan, mengelola anggaran, dan menjaga akuntabilitas pemerintahan menjadi faktor penting dalam keberhasilan manajemen regional (Eade & Williams, 1995). Selain itu, perspektif manajemen regional juga menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat serta kolaborasi antar-*stakeholder* dalam proses pembangunan. Pendekatan ini menekankan bahwa keberhasilan pembangunan tidak hanya bergantung pada peran pemerintah, tetapi juga pada kerja sama antara sektor publik, sektor swasta, dan masyarakat sipil (Pierre & Peters, 2005).

Dengan demikian, kemampuan pemerintah daerah untuk membangun kemitraan dan kerja sama lintas sektor menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan efektivitas pembangunan regional. Salah satu indikator penting keberhasilan manajemen regional adalah kemampuan pemerintah daerah dalam mengelola Pendapatan Asli Daerah (PAD). PAD merupakan sumber pembiayaan pembangunan yang mencerminkan tingkat kemandirian fiskal suatu daerah. Daerah dengan kapasitas fiskal yang kuat umumnya memiliki kemampuan lebih baik dalam menyediakan layanan publik, memperkuat investasi daerah, serta meningkatkan daya saing wilayah (Bahl & Bird, 2008). Dalam struktur PAD, pajak daerah menjadi salah satu sumber penerimaan utama yang berperan strategis dalam mendukung pembiayaan pembangunan daerah.

Dalam kerangka manajemen regional, efektivitas pemungutan pajak daerah dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas tata kelola pemerintahan daerah, efektivitas komunikasi pemerintah dalam melakukan sosialisasi kebijakan, serta kualitas pelayanan publik yang diberikan kepada masyarakat. Pemerintah daerah yang mampu membangun hubungan yang transparan, kredibel, dan partisipatif dengan masyarakat cenderung memiliki tingkat kepercayaan publik yang lebih tinggi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepatuhan dan loyalitas wajib pajak (Levi & Stoker, 2000). Dengan demikian, pembangunan daerah dan manajemen regional merupakan dua konsep yang saling berkaitan dan saling memperkuat. Pembangunan daerah membutuhkan kapasitas kelembagaan yang kuat, sementara manajemen regional memberikan kerangka pengelolaan yang memungkinkan pemerintah daerah menjalankan fungsi pembangunan secara efektif. Sinergi antara kedua aspek tersebut menjadi fondasi penting bagi peningkatan pendapatan daerah melalui pengelolaan pajak yang kredibel dan berorientasi pada pelayanan publik.

2.8 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir dalam penelitian ini disusun untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel **Sosialisasi Perpajakan (X1)** dan **Kualitas Pelayanan (X2)** terhadap **Loyalitas Wajib Pajak (Y)** dengan **Kepercayaan Publik (M)** sebagai variabel mediasi. Hubungan antarvariabel dalam kerangka berpikir ini didasarkan pada landasan teori serta temuan empiris dari penelitian sebelumnya.

Secara konseptual, sosialisasi perpajakan merupakan instrumen penting untuk meningkatkan pemahaman wajib pajak mengenai hak, kewajiban, prosedur perpajakan, serta manfaat pajak yang dibayarkan kepada negara. Melalui sosialisasi yang efektif, otoritas pajak dapat mengurangi asimetri informasi sekaligus meningkatkan kesadaran dan sikap positif wajib pajak terhadap sistem perpajakan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas sosialisasi perpajakan dapat meningkatkan persepsi wajib pajak terhadap transparansi dan kredibilitas institusi perpajakan, sehingga mendorong terbentuknya kepercayaan terhadap otoritas pajak (Chen Loo dkk., 2009). Ketika pengetahuan dan pemahaman wajib pajak meningkat, maka akan muncul rasa percaya terhadap pemerintah yang pada akhirnya dapat memperkuat loyalitas wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Di sisi lain, kualitas pelayanan merupakan komponen penting dalam hubungan antara pemerintah sebagai penyedia layanan publik dan masyarakat sebagai pengguna layanan. Teori kualitas pelayanan menyatakan bahwa pelayanan yang responsif, akurat, cepat, dan ramah dapat meningkatkan kepuasan serta kepercayaan masyarakat terhadap lembaga publik (Zeithaml dkk., 2000). Dalam konteks perpajakan, pelayanan yang diberikan oleh otoritas pajak seperti kejelasan informasi, profesionalitas petugas, aksesibilitas layanan digital, serta kemudahan penyelesaian masalah memiliki peran penting dalam membentuk persepsi positif wajib pajak terhadap institusi perpajakan (Belahouaoui & Attak, 2025)

Selanjutnya, kepercayaan publik berperan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas wajib pajak. *Trust Theory* menjelaskan bahwa kepercayaan terbentuk melalui evaluasi terhadap kemampuan (*ability*), niat baik (*benevolence*), dan integritas (*integrity*) dari pihak yang diberi kepercayaan (Mayer dkk., 1995). Dalam konteks perpajakan, kepercayaan publik muncul ketika wajib pajak meyakini bahwa institusi perpajakan memiliki kompetensi, integritas, serta komitmen dalam mengelola penerimaan negara secara transparan dan akuntabel. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan publik merupakan faktor penting dalam membentuk kepatuhan dan loyalitas wajib pajak (Kirchler dkk., 2008). Ketika tingkat kepercayaan meningkat, wajib pajak cenderung lebih menerima kebijakan perpajakan dan memenuhi kewajiban perpajakannya secara sukarela.

Pada akhirnya, loyalitas wajib pajak merupakan hasil dari interaksi antara pemahaman yang diperoleh melalui sosialisasi perpajakan, persepsi wajib pajak terhadap kualitas pelayanan, serta tingkat kepercayaan publik terhadap otoritas pajak. Loyalitas wajib pajak dapat diartikan sebagai kesediaan berkelanjutan untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara tepat waktu serta mendukung kebijakan perpajakan pemerintah (Saad, 2014). Sejumlah penelitian juga menunjukkan bahwa loyalitas wajib pajak tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, seperti tarif pajak atau kebijakan fiskal, tetapi juga oleh faktor psikologis seperti kepercayaan, persepsi keadilan, serta pengalaman pelayanan yang diterima dari otoritas pajak (Rachmawan dkk., 2020).

Tabel 2.1 Konstruksi Teoritis

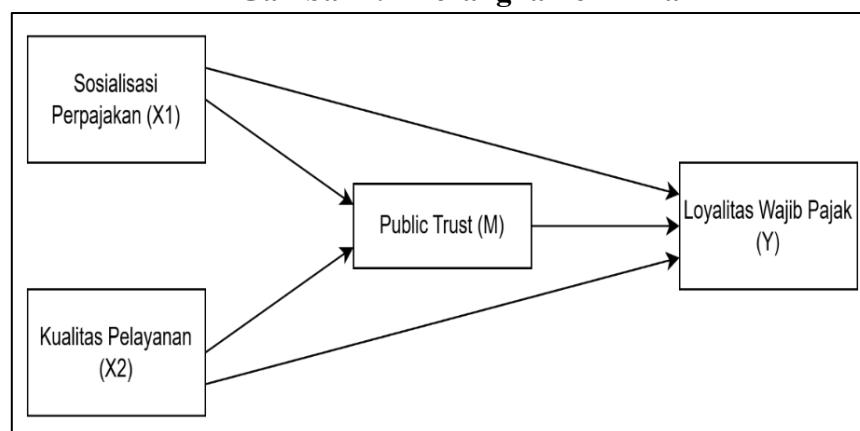
No	Teori	Pencetus	Konsep Inti	Posisi dalam Penelitian	Variabel
1	<i>Theory of Planned Behavior</i>	Icek Ajzen (1991)	Perilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku	Menjelaskan dasar keputusan wajib pajak dalam patuh/tidak	Loyalitas

No	Teori	Pencetus	Konsep Inti	Posisi dalam Penelitian	Variabel
2	Teori Sosialisasi Perpajakan	OECD (2021), Rachmawan dkk (2020), Saad (2014), Susan Betts (2022)	Komunikasi kebijakan membentuk pemahaman dan kesadaran pajak	Instrumen membangun literasi fiskal masyarakat	Sosialisasi
3	Teori Kualitas Pelayanan (<i>SERVQUAL</i>)	A. Parasuraman, Valarie Zeithaml, Leonard Berry (2000),	Kualitas layanan memengaruhi kepuasan dan persepsi publik	Representasi performa institusi dalam interaksi langsung	Pelayanan
4	Teori Kepercayaan Publik	Margaret Levi (2000), Chen Loo dkk (2009)	<i>Trust</i> sebagai legitimasi institusi dan dasar kepatuhan sukarela	Variabel mediasi antara kebijakan dan perilaku	<i>Trust</i>
5	Teori Loyalitas	Oliver (1999)	Loyalitas sebagai komitmen berulang terhadap sistem	<i>Outcome</i> dari relasi fiskal yang kuat	Loyalitas

Sumber: Diolah Peneliti dari berbagai sumber, 2025

Berdasarkan landasan teori dan temuan empiris tersebut, penelitian ini berasumsi bahwa sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas wajib pajak, namun pengaruh tersebut dapat menjadi lebih kuat apabila dimediasi oleh kepercayaan publik. Dengan demikian, kerangka berpikir penelitian ini menggambarkan bahwa peningkatan kualitas sosialisasi perpajakan dan pelayanan publik.

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran



Sumber: Diolah Peneliti, 2025

2.9 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori, hasil penelitian terdahulu, serta kerangka berpikir yang telah dijelaskan pada subbab sebelumnya, maka penelitian ini merumuskan tujuh hipotesis utama. Setiap hipotesis menggambarkan hubungan langsung maupun tidak langsung antarvariabel sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan, Kepercayaan publik, dan loyalitas wajib pajak. Formulasi hipotesis tersebut dijelaskan sebagai berikut:

Pertama, sosialisasi perpajakan diperkirakan memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas wajib pajak. Sosialisasi yang dilakukan secara intensif dan informatif diyakini dapat meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan persepsi positif wajib pajak sehingga mendorong mereka untuk tetap patuh dan berkomitmen memenuhi kewajibannya (Rachmawan dkk., 2020; Saad, 2014). Dengan demikian, diajukan:

H₁: Sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap loyalitas wajib pajak.

Kedua, kualitas pelayanan otoritas pajak juga diprediksi memberikan dampak signifikan terhadap loyalitas wajib pajak. Berdasarkan model SERVQUAL, pelayanan publik yang berkualitas *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* akan membentuk persepsi positif wajib pajak sehingga meningkatkan loyalitas mereka (Zeithaml dkk., 2000). Oleh karena itu, dirumuskan:

H₂: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas wajib pajak.

Ketiga, sosialisasi perpajakan yang efektif diperkirakan mampu meningkatkan *Kepercayaan publik*. Ketika wajib pajak memperoleh informasi yang jelas, konsisten, dan transparan, kepercayaan mereka terhadap pemerintah dan lembaga perpajakan akan meningkat (Chen Loo dkk., 2009). Maka dijabarkan:

H₃: Sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap Kepercayaan publik.

Keempat, kualitas pelayanan yang baik diyakini dapat meningkatkan kepercayaan publik. Pelayanan yang profesional dan responsif mencerminkan kemampuan, integritas, dan *benevolence* institusi, yang merupakan komponen utama pembentuk *trust* menurut (Mayer dkk., 1995). Oleh karena itu:

H₄: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepercayaan publik.

Kelima, Kepercayaan publik diprediksi memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas wajib pajak. Kepercayaan menjadi determinan kuat yang mendorong kepatuhan dan loyalitas dalam konteks perpajakan (Kirchler dkk., 2008). Maka hipotesis kelima adalah:

H₅: Kepercayaan publik berpengaruh terhadap loyalitas wajib pajak.

Selanjutnya, penelitian ini menguji hubungan mediasi. Hipotesis keenam menguji apakah Kepercayaan publik memediasi pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap loyalitas wajib pajak. Sosialisasi yang efektif akan meningkatkan kepercayaan, dan kepercayaan inilah yang memicu loyalitas. Dengan demikian:

H₆: Kepercayaan publik memediasi pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap loyalitas wajib pajak.

Terakhir, kualitas pelayanan yang baik diyakini meningkatkan loyalitas wajib pajak melalui *trust*. Ketika pelayanan publik meningkatkan persepsi *trust*, loyalitas wajib pajak pun menguat. Oleh sebab itu, dirumuskan:

H₇: Kepercayaan publik memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas wajib pajak.

Dengan demikian, tujuh hipotesis tersebut membentuk struktur pengujian empiris yang konsisten dengan kerangka berpikir dan teori yang mendasari penelitian.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif eksplanatori. Penelitian eksplanatori merupakan pendekatan yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antarvariabel dalam suatu model teoretik yang telah dirumuskan sebelumnya melalui pengujian hipotesis secara empiris (Sari et al., 2022). Pendekatan ini menekankan pada pengujian hubungan sebab-akibat melalui proses pengumpulan data yang sistematis dan analisis statistik yang terukur sehingga peneliti dapat menjelaskan mekanisme hubungan antarvariabel dalam suatu fenomena sosial (Creswell & Creswell, 2017). Pendekatan kuantitatif juga relevan digunakan ketika penelitian melibatkan konstruk laten yang bersifat abstrak, seperti sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan, kepercayaan publik, dan loyalitas wajib pajak (Cendrawinata, 2025). Konstruk-konstruk tersebut tidak dapat diamati secara langsung, sehingga memerlukan indikator pengukuran yang valid dan reliabel untuk dapat dianalisis secara empiris melalui model statistik (Subhaktiyasa, 2024).

Pemilihan tipe penelitian eksplanatori juga dilatarbelakangi oleh karakteristik fenomena empiris yang diteliti. Dalam tata kelola pelayanan perpajakan daerah, terdapat dinamika yang kompleks antara efektivitas sosialisasi pajak, kualitas pelayanan publik, tingkat literasi fiskal wajib pajak, serta tingkat kepercayaan masyarakat terhadap institusi perpajakan. Hubungan antara faktor-faktor tersebut bersifat saling memengaruhi dan membentuk pola kausalitas yang memerlukan pengujian analitis secara sistematis.

Dalam penelitian administrasi publik dan kebijakan fiskal modern, model hubungan antarvariabel laten sering dianalisis menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk memahami struktur hubungan sebab-akibat secara lebih komprehensif (Subambang Harsono & Buhari Imran, 2025). Sejalan dengan pendekatan tersebut, penelitian ini menggunakan metode survei sebagai teknik utama pengumpulan data. Survei merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh data primer dari responden melalui kuesioner terstruktur dan sering digunakan dalam penelitian sosial untuk mengukur sikap, persepsi, serta perilaku individu terhadap suatu kebijakan atau pelayanan publik. Metode ini dianggap efektif karena mampu menjangkau jumlah responden yang besar serta memungkinkan analisis hubungan antarvariabel secara statistik (Yassin Allammari et al., 2025).

Dalam penelitian ini, survei digunakan untuk mengumpulkan data persepsi wajib pajak mengenai sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan pajak daerah, tingkat kepercayaan terhadap institusi perpajakan, serta loyalitas wajib pajak. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur yang menggunakan skala Likert sehingga memungkinkan peneliti mengukur variasi persepsi responden secara sistematis dan kuantitatif (Kusumastuti et al., 2024). Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan pendekatan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Metode PLS-SEM banyak digunakan dalam penelitian sosial dan manajemen untuk menguji model hubungan antarvariabel laten yang kompleks, termasuk model yang melibatkan variabel mediasi atau moderasi (Sholihin & Ratmono, 2021). Teknik ini memungkinkan peneliti menguji hubungan struktural antarvariabel sekaligus menguji validitas dan reliabilitas konstruk yang digunakan dalam penelitian (Putu Gede Subhaktiyasa, 2024).

Dengan demikian, penggunaan tipe penelitian kuantitatif eksplanatori yang dikombinasikan dengan metode survei memberikan fondasi metodologis yang kuat bagi penelitian ini. Pendekatan tersebut memungkinkan peneliti menguji hubungan kausal antarvariabel secara objektif dan sistematis, serta menghasilkan temuan empiris yang relevan bagi pengembangan kebijakan pelayanan perpajakan daerah dan peningkatan loyalitas wajib pajak.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data kuantitatif sebagai data utama penelitian dan data kualitatif kontekstual sebagai data pendukung. Kedua jenis data tersebut digunakan secara komplementer untuk memperoleh pemahaman empiris yang lebih utuh mengenai hubungan antara sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan pajak, kepercayaan publik, dan loyalitas wajib pajak. Dalam penelitian kuantitatif eksplanatori, data numerik menjadi dasar utama dalam pengujian hipotesis dan analisis hubungan antarvariabel, sedangkan informasi kualitatif digunakan untuk memberikan konteks terhadap fenomena yang diteliti (Creswell & Creswell, 2018).

3.2.1 Jenis Data

1. Kuantitatif

Data kuantitatif merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan dapat dianalisis menggunakan teknik statistik. Data jenis ini memungkinkan peneliti menguji hubungan antarvariabel secara sistematis melalui model analisis yang terstruktur (Neuman, 2014). Dalam penelitian ini, data kuantitatif diperoleh melalui kuesioner terstruktur yang disusun menggunakan skala Likert, sehingga memungkinkan pengukuran persepsi responden terhadap variabel penelitian secara terstandar.

Instrumen penelitian memuat indikator-indikator dari empat variabel utama penelitian, yaitu:

- a. Sosialisasi Perpajakan
- b. Kualitas Pelayanan
- c. Kepercayaan Publik
- d. Loyalitas Wajib Pajak

Indikator-indikator tersebut disusun berdasarkan kajian teoritis serta penelitian terdahulu yang relevan. Data yang diperoleh dari kuesioner selanjutnya digunakan untuk menguji hipotesis penelitian melalui *Structural Equation Modeling Partial Least Squares* (PLS-SEM). Metode ini memungkinkan peneliti menguji hubungan langsung maupun tidak langsung antarvariabel laten secara simultan serta mengevaluasi validitas dan reliabilitas konstruk penelitian (Hair et al., 2021).

2. Kualitatif Kontekstual

Selain data kuantitatif, penelitian ini juga memanfaatkan informasi kualitatif sebagai data kontekstual pendukung. Data ini tidak digunakan sebagai metode analisis utama, melainkan berfungsi untuk memperkaya interpretasi terhadap hasil analisis statistik serta memberikan gambaran mengenai konteks implementasi pelayanan perpajakan daerah. Informasi kualitatif tersebut diperoleh dari berbagai dokumen dan sumber informasi yang berkaitan dengan kebijakan dan praktik pelayanan perpajakan daerah. Keberadaan data ini membantu menjelaskan bagaimana sosialisasi perpajakan dilaksanakan oleh pemerintah daerah, bagaimana kualitas pelayanan pajak dirancang dan diimplementasikan, serta bagaimana dinamika kepercayaan masyarakat terhadap institusi pengelola pajak berkembang di Kabupaten Tanggamus.

3.2.2 Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian tanpa melalui perantara (Neuman, 2014). Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada wajib pajak daerah di Kabupaten Tanggamus. Kuesioner tersebut berisi sejumlah pernyataan yang menggambarkan:

- a. tingkat pemahaman wajib pajak terhadap sosialisasi perpajakan,
- b. persepsi terhadap kualitas pelayanan pajak daerah,
- c. tingkat kepercayaan terhadap pemerintah sebagai pengelola pajak,
- d. tingkat loyalitas wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Responden penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam konteks ini, responden merupakan masyarakat yang tergolong wajib pajak aktif di Kabupaten Tanggamus. Data primer ini menjadi komponen utama penelitian karena secara langsung merepresentasikan pengalaman, persepsi, dan sikap wajib pajak terhadap sistem pelayanan perpajakan daerah.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah tersedia sebelumnya dan memiliki relevansi dengan topik penelitian. Data ini digunakan untuk memperkuat analisis penelitian serta memberikan gambaran mengenai konteks kebijakan dan implementasi pelayanan perpajakan daerah. Sumber data sekunder dalam penelitian ini meliputi:

- a. dokumentasi pemerintah daerah, seperti laporan Badan Pendapatan Daerah, data statistik wajib pajak, serta laporan kegiatan sosialisasi perpajakan;
- b. peraturan dan kebijakan perpajakan daerah, termasuk regulasi pelayanan publik, transparansi fiskal, serta kebijakan digitalisasi pelayanan pajak;
- c. literatur akademik berupa jurnal nasional dan internasional yang membahas sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan publik, kepercayaan publik, dan loyalitas wajib pajak;
- d. laporan riset lembaga independen yang berkaitan dengan tingkat kepercayaan masyarakat, kualitas pelayanan publik, serta efektivitas sistem perpajakan daerah.

Penggunaan kombinasi data primer dan data sekunder memungkinkan penelitian ini memperoleh gambaran empiris yang lebih komprehensif mengenai perilaku wajib pajak di Kabupaten Tanggamus, sekaligus memperkuat validitas analisis hubungan antar variabel.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahap yang sangat menentukan dalam proses penelitian, karena kualitas data yang dihimpun akan berpengaruh langsung terhadap ketepatan analisis dan kesimpulan penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini menerapkan beberapa teknik pengumpulan data yang disesuaikan dengan karakteristik variabel serta kondisi lapangan di Kabupaten Tanggamus.

1. Kuesioner (*Questionnaire*)

Kuesioner menjadi instrumen utama dalam pengumpulan data kuantitatif terkait sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan, Kepercayaan publik, dan loyalitas wajib pajak. Instrumen ini disusun berdasarkan indikator-

indikator yang merujuk pada SERVQUAL, dan *Integrative Model of Organizational Trust* serta penelitian terdahulu yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Kuesioner menggunakan skala *Likert* 5 poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju), sehingga responden dapat menilai tingkat persetujuan mereka terhadap setiap pernyataan yang diajukan. Pemilihan skala *Likert* dilakukan karena mampu menangkap variasi persepsi wajib pajak secara lebih komprehensif (Mawardi, 2019).

Tabel 9. Nilai Skala Likert

Skala	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Mawardi, 2019

Penyebaran kuesioner dilakukan melalui metode penyebaran langsung (*offline*) kepada wajib pajak yang datang ke kantor pelayanan pajak daerah (Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tanggamus); dan Penyebaran daring (*online*) menggunakan platform digital *Google Form* untuk menjangkau wajib pajak di berbagai kecamatan, terutama wilayah yang cukup jauh dari pusat pelayanan.

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang berhubungan dengan topik penelitian dan membantu memberikan gambaran yang lebih objektif mengenai kondisi pelayanan perpajakan di Kabupaten Tanggamus. Sumber dokumentasi meliputi:

- a. Laporan resmi Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kabupaten Tanggamus, termasuk laporan penerimaan pajak, program sosialisasi, dan kinerja pelayanan;
- b. Statistik wajib pajak dan laporan keuangan daerah;
- c. Peraturan perundang-undangan tentang perpajakan daerah, standar pelayanan publik, dan tata kelola kepercayaan publik;

- d. Dokumen pelaksanaan sosialisasi perpajakan seperti agenda kegiatan, modul, publikasi, dan laporan evaluasi program;
- e. Laporan atau hasil survei lembaga independen terkait kualitas pelayanan publik dan tingkat kepercayaan masyarakat.

Data dokumentasi ini berfungsi untuk memperkuat hasil pengolahan data kuantitatif, memberikan konteks empiris yang lebih luas, serta mendukung interpretasi temuan penelitian tentang bagaimana sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan, dan Kepercayaan publik terbentuk dalam ekosistem pelayanan pajak daerah di Kabupaten Tanggamus.

3.4 Populasi dan Sampel

Penentuan populasi dan sampel merupakan tahapan penting dalam penelitian kuantitatif karena berkaitan langsung dengan representativitas data serta validitas hasil analisis penelitian. Dalam penelitian survei, populasi merujuk pada keseluruhan unit analisis yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan fokus penelitian, sedangkan sampel merupakan sebagian elemen dari populasi yang dipilih secara sistematis untuk mewakili populasi tersebut (Creswell & Creswell, 2018).

Pemilihan sampel dilakukan karena keterbatasan waktu, biaya, dan aksesibilitas peneliti untuk menjangkau seluruh populasi penelitian. Oleh karena itu, teknik sampling yang tepat diperlukan agar data yang diperoleh dari sampel tetap mampu merepresentasikan karakteristik populasi secara memadai dan memungkinkan dilakukan generalisasi hasil penelitian (W Lawrence Neuman, 2022). Dalam konteks penelitian ini, unit analisis yang menjadi fokus penelitian adalah wajib pajak daerah yang menerima layanan perpajakan di Kabupaten Tanggamus.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, penjelasan mengenai populasi dan sampel dalam penelitian ini akan diuraikan secara bertahap melalui dua bagian utama, yaitu populasi penelitian dan sampel penelitian, yang dijelaskan pada subbab berikut.

3.4.1 Populasi

Tabel 3.1 Populasi Penelitian

Kecamatan	Populasi	Wajib Pajak
Air Naningan	32.215	5.515
Bandar Negeri Semuong	17.488	2.028
Bulok	25.559	5.252
Cukuh Balak	25.826	5.025
Gisting	44.995	9.974
Gunung Alip	23.796	4.761
Kelumbayan	12.549	2.821
Kelumbayan Barat	14.615	666
Kota Agung	49.317	8.618
Kota Agung Barat	23.120	2.907
Kota Agung Timur	22.761	5.342
Limau	23.201	3.997
Pematang Sawa	18.318	6.356
Pugung	70.961	14.988
Pulau Panggung	43.051	6.987
Semaka	40.702	11.074
Sumberejo	37.229	13.985
Talang Padang	56.477	8.357
Ulubelu	44.819	6.363
Wonosobo	43.368	10.522
Jumlah	670.367	135.538

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Populasi adalah keseluruhan jumlah objek dengan karakteristik tertentu yang diambil dari baik hasil perhitungan maupun pengukuran (Usman & Akbar, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Tanggamus yang berjumlah 670.367 jiwa, dan secara spesifik masyarakat wajib pajak PBB-P2 pada Kabupaten Tanggamus sebanyak 135.538 jiwa dari total penduduk.

3.4.2 Sampel

Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik *non-probability sampling* yang memilih responden berdasarkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Usman & Akbar, 2017). Dalam konteks penelitian ini, kriteria responden adalah masyarakat Kabupaten Tanggamus yang termasuk kategori wajib pajak daerah serta pernah berinteraksi dengan pelayanan pajak, baik secara langsung maupun melalui layanan digital pemerintah daerah. Untuk menentukan jumlah sampel minimal, penelitian ini menggunakan **rumus Slovin**, yang umum digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang besar dengan mempertimbangkan batas kesalahan (*error tolerance*). Rumus Slovin dinyatakan sebagai berikut:

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Dengan $N = 320$ dan tingkat kesalahan (e) 7.5% atau 0.075:

$$n = \frac{135.538}{1 + 135.538(0.075^2)}$$

$$n = \frac{135.538}{1 + 135.538(0.005625)}$$

$$n = \frac{135.538}{1 + 762.4}$$

$$n = \frac{135.538}{763.4}$$

$$n \approx 177.54 > 178$$

Peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian yang akan disebarakan kepada 178 responden. Secara rinci, jumlah sampel dari penelitian ini yang dijabarkan secara proporsi berdasarkan komposisi penduduk perkecamatan akan diuraikan secara lebih lanjut pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Sampel Penelitian

Kecamatan	Populasi	Desa	Wajib Pajak	% WP	Sampel
Air Nanningan	32.215	10	5.515	4,1%	7
Bandar Negeri Semuong	17.488	11	2.028	1,5%	3
Bulok	25.559	10	5.252	3,9%	7
Cukuh Balak	25.826	20	5.025	3,7%	7
Gisting	44.995	9	9.974	7,4%	13
Gunung Alip	23.796	12	4.761	3,5%	6
Kelumbayan	12.549	8	2.821	2,1%	4
Kelumbayan Barat	14.615	6	666	0,5%	1
Kota Agung	49.317	16	8.618	6,4%	11
Kota Agung Barat	23.120	16	2.907	2,1%	4
Kota Agung Timur	22.761	12	5.342	3,9%	7
Limau	23.201	11	3.997	2,9%	5
Pematang Sawa	18.318	14	6.356	4,7%	8
Pugung	70.961	27	14.988	11,1%	20
Pulau Panggung	43.051	21	6.987	5,2%	9
Semaka	40.702	22	11.074	8,2%	15
Sumberejo	37.229	13	13.985	10,3%	18
Talang Padang	56.477	20	8.357	6,2%	11
Ulubelu	44.819	16	6.363	4,7%	8
Wonosobo	43.368	28	10.522	7,8%	14
Jumlah	670.367	302	135.538	100,0%	178

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Proporsi sampel dalam penelitian ini disusun dengan mempertimbangkan distribusi wajib pajak pada setiap kecamatan di Kabupaten Tanggamus serta keterwakilan wilayah administrasi desa. Total sampel penelitian berjumlah 178 responden, yang didistribusikan secara proporsional ke 20 kecamatan berdasarkan jumlah wajib pajak pada masing-masing kecamatan. Pendekatan ini dilakukan untuk memastikan bahwa variasi karakteristik wajib pajak yang tersebar di seluruh wilayah kabupaten dapat terwakili secara memadai dalam proses pengumpulan data. Dalam praktik pengambilan sampel, setiap responden diposisikan sebagai representasi dari satu desa di kecamatan yang bersangkutan. Dengan demikian, distribusi responden tidak hanya mempertimbangkan jumlah wajib pajak, tetapi juga memperhatikan penyebaran desa agar cakupan wilayah penelitian tetap merata.

Prinsip ini memungkinkan penelitian menangkap variasi pengalaman wajib pajak terhadap sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan, serta tingkat kepercayaan terhadap institusi pengelola pajak di berbagai wilayah kecamatan. Sebagian besar kecamatan memiliki alokasi satu responden untuk setiap desa yang terpilih sebagai sampel, sehingga responden yang dipilih secara langsung merepresentasikan kondisi wajib pajak di desa tersebut. Pada beberapa kecamatan dengan proporsi wajib pajak yang relatif lebih besar, jumlah responden yang diambil juga menyesuaikan distribusi populasi sehingga terdapat desa yang diwakili oleh lebih dari satu responden.

Penyesuaian ini dilakukan untuk menjaga keseimbangan antara prinsip keterwakilan wilayah dan proporsionalitas jumlah wajib pajak. Sebagai contoh, pada Kecamatan Gisting yang memiliki jumlah wajib pajak relatif besar, alokasi sampel terdiri dari 13 responden, yang berasal dari sembilan desa dengan komposisi lima desa diwakili oleh satu responden dan empat desa lainnya diwakili oleh dua responden. Pola serupa juga diterapkan pada Kecamatan Sumberejo, di mana 18 responden diambil dari tiga belas desa dengan komposisi sepuluh desa diwakili oleh satu responden dan empat desa lainnya diwakili oleh dua responden. Pendekatan ini bertujuan menjaga keseimbangan antara cakupan wilayah desa dan representasi jumlah wajib pajak dalam populasi.

Melalui skema distribusi tersebut, setiap kecamatan tetap memperoleh keterwakilan wilayah desa dalam pengambilan sampel, sekaligus mempertahankan proporsi responden yang sejalan dengan distribusi jumlah wajib pajak di Kabupaten Tanggamus. Dengan demikian, struktur sampel yang digunakan dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris yang representatif mengenai persepsi wajib pajak terhadap sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan pajak daerah, kepercayaan publik, serta loyalitas wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

3.5 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah penjelasan mengenai bagaimana suatu konsep teoretis diubah menjadi indikator yang dapat diukur secara empiris. Definisi operasional diperlukan untuk memastikan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini dapat diamati, diukur, dan dianalisis secara konsisten sesuai standar ilmiah. Pada penelitian ini, definisi operasional dirumuskan berdasarkan teori utama yang melandasi variabel, yaitu teori *SERVQUAL*, serta *Integrative Model of Organizational Trust* (Mayer et. Al.,1995), serta beberapa penelitian empiris yang relevan. Variabel yang digunakan mencakup Sosialisasi Perpajakan (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kepercayaan publik (M), dan Loyalitas Wajib Pajak (Y). Seluruh variabel diukur menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Definisi operasional ini menjadi dasar dalam penyusunan instrumen penelitian serta sebagai pedoman dalam proses analisis data menggunakan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM).

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
Sosialisasi Pajak (X1)	Pajak Langsung	1. Pemahaman kewajiban pajak langsung (PPh, PBB) 2. Persepsi manfaat pajak langsung 3. Pemahaman prosedur pembayaran pajak langsung	Likert 1–5	Herryanto & Toly (2012)
	Pajak Tidak Langsung	1. Persepsi keadilan pajak tidak langsung 2. Kesadaran bahwa pajak tidak langsung melekat pada harga barang/jasa 3. Pemahaman mekanisme pengenaan pajak tidak langsung	Likert 1–5	Herryanto & Toly (2012)
Kualitas Pelayanan (X2)	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	1. Kenyamanan fasilitas 2. Modernitas sistem layanan <i>online</i> 3. Kelengkapan sarana pelayanan	Likert 1–5	Parasuraman <i>et al.</i> , (1988)
	<i>Reliability</i> (Keandalan)	1. Ketepatan waktu layanan 2. Keakuratan informasi 3. Konsistensi pelayanan	Likert 1–5	Parasuraman <i>et al.</i> , (1988)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	1. Kecepatan petugas merespons 2. Kemudahan saluran komunikasi 3. Kesigapan menangani keluhan	Likert 1-5	Parasuraman <i>et al.</i> , (1988)
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	1. Kompetensi petugas 2. Jaminan keamanan sistem pajak 3. Rasa percaya terhadap profesionalitas petugas	Likert 1-5	Parasuraman <i>et al.</i> , (1988)
	<i>Empathy</i> (Empati)	1. Perhatian dan keramahan petugas 2. Perlakuan adil 3. Pendekatan personal dalam pelayanan	Likert 1-5	Parasuraman <i>et al.</i> , (1988)
	<i>Accessibility</i> (Aksesibilitas)	1. Kemudahan akses layanan <i>online/offline</i> 2. Kesesuaian lokasi & jam layanan 3. Kemudahan memperoleh informasi	Likert 1-5	Parasuraman <i>et al.</i> , (1988)
	<i>Company Support</i> (Dukungan Kepatuhan)	1. Penyediaan edukasi/peraturan pajak 2. Layanan konsultasi perpajakan 3. Dukungan teknis selama proses pelaporan	Likert 1-5	Parasuraman <i>et al.</i> , (1988)
Kepercayaan publik (M)	<i>Confidence</i> (Keyakinan)	1. Keyakinan bahwa sistem perpajakan berjalan baik 2. Kenyamanan dalam membayar pajak 3. Keyakinan bahwa pajak dikelola profesional	Likert 1-5	Choudhory (2008)
	<i>Reliability</i> (Keandalan Sistem)	1. Persepsi keadilan sistem pajak 2. Konsistensi kebijakan perpajakan 3. Pemenuhan standar layanan publik	Likert 1-5	Choudhory (2008)
	<i>Trustworthiness</i> (Kredibilitas)	1. Kepercayaan bahwa pajak digunakan untuk publik 2. Persepsi transparansi pengelolaan pajak 3. Keyakinan tidak ada penyalahgunaan pajak	Likert 1-5	Choudhory (2008)
Loyalitas Pembayaran Pajak (Y)	Loyalitas Kognitif	1. Pemahaman pentingnya membayar pajak 2. Kesadaran manfaat pajak 3. Keyakinan bahwa pajak adalah kewajiban negara	Likert 1-5	Herry & Khaerul (2013)
	Loyalitas Afektif	1. Niat membayar pajak tepat waktu 2. Komitmen kepatuhan pajak	Likert 1-5	Herry & Khaerul (2013)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
		3. Sikap positif terhadap kewajiban pajak		
	Loyalitas Konatif	1. Tekad membayar pajak secara teratur 2. Rencana menjaga kepatuhan masa depan 3. Kesiapan mematuhi aturan meski berubah	Likert 1-5	Herry & Khaerul (2013)
	Loyalitas Tindakan	1. Konsistensi membayar pajak tanpa paksaan 2. Membayar pajak meski kondisi ekonomi sulit 3. Kedisiplinan dalam pelaporan pajak	Likert 1-5	Herry & Khaerul (2013)

Sumber: Diolah peneliti, 2025.

3.6 Uji Instrumen

Dalam pelaksanaan penelitian, peneliti melakukan serangkaian pengujian instrumen yang bertujuan untuk memastikan kelayakan, ketepatan, dan konsistensi alat ukur yang digunakan dalam mendukung proses pengumpulan data, khususnya pada penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama. Instrumen penelitian yang disusun secara sistematis dan diuji secara empiris akan menghasilkan data yang berkualitas, sehingga memungkinkan penarikan kesimpulan yang akurat dan mencerminkan kondisi empiris yang sesungguhnya (Hardani et al., 2020). Oleh karena itu, untuk memperoleh data yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, pengujian instrumen penelitian harus memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas sebagai prasyarat utama dalam penelitian kuantitatif (Ghozali, 2021; Sugiyono, 2022).

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2020), uji validitas merupakan prosedur statistik yang digunakan untuk menilai tingkat kesahihan suatu instrumen penelitian, khususnya kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila butir-butir pertanyaan yang disusun mampu secara tepat mengungkap konstruk atau variabel yang hendak diukur.

Dengan demikian, uji validitas berfungsi untuk memastikan bahwa setiap item instrumen memiliki keterkaitan yang kuat dan relevan dengan konsep teoritis yang menjadi fokus pengukuran. Tujuan utama pelaksanaan uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara data empiris yang diperoleh dari objek penelitian dengan data yang dihasilkan melalui instrumen yang digunakan oleh peneliti. Adapun kriteria yang digunakan dalam menentukan validitas kuesioner adalah sebagai berikut:

- 1) Instrumen dinyatakan valid apabila nilai koefisien korelasi hasil perhitungan (r_{hitung}) lebih besar daripada nilai r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$); dan
- 2) Instrumen dinyatakan tidak valid apabila nilai r_{hitung} lebih kecil daripada r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

Nilai r_{tabel} ditentukan berdasarkan derajat kebebasan (*degree of freedom/df*) dengan rumus $df = n - 2$. Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 29.0 terhadap setiap butir pernyataan pada variabel sosialisasi perpajakan (X_1), kualitas pelayanan (X_2), kepercayaan publik (M), dan loyalitas wajib pajak (Y). Uji validitas dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, sehingga diperoleh $df = 30 - 2 = 28$ dan nilai r_{tabel} sebesar 0,374.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan dua metode, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* untuk setiap variabel penelitian. Sebagaimana dikemukakan oleh Heale dan Twycross (2015), instrumen kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh lebih besar dari 0,60. Sementara itu, Ghozali dan Latan (2020) menyatakan bahwa nilai *Composite Reliability* dapat dianggap reliabel apabila

lebih besar dari 0,70. Pengukuran reliabilitas kuesioner dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k\bar{r}}{1 + (k - 1)\bar{r}}$$

Rumus Uji Reliabilitas

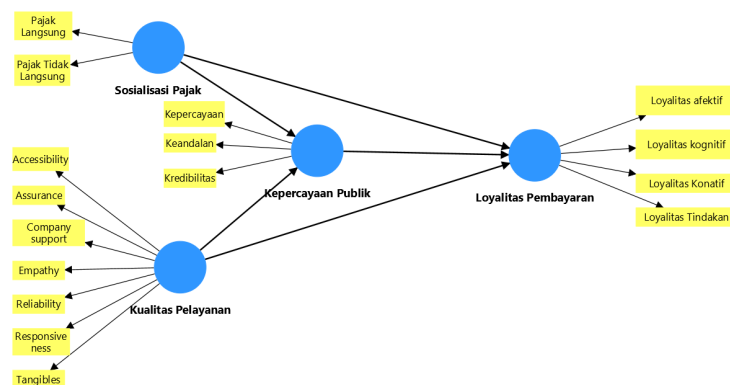
Keterangan:

- α = koefisien reliabilitas
- k = jumlah item/variabel bebas dalam instrumen
- \bar{r} = rata-rata korelasi antar item

Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh terhadap batas minimum sebesar 0,70 sesuai pedoman Ghozali (2020).

3.7 Teknik Analisis Data

Setelah data penelitian terkumpul, dilakukan analisis data. Analisis data dilakukan dengan pengelompokan data berdasarkan variabel dan responden, data ditabulasi berdasarkan variabel dari seluruh responden, data setiap variabel disajikan, dilakukan perhitungan untuk memberi jawaban pada rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk pengujian hipotesis yang diajukan. Adapun pengolahan data menggunakan *software Smart PLS* (Ghozali, 2016) Berikut disajikan gambar model Uji SEM PLS.



Gambar 3.1 Model SEM PLS Penelitian

Sumber: Diolah peneliti, 2025.

Lebih mengkhhusus, penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* berbasis varian yaitu *Partial Least Square* (PLS). Dasar asumsi yang tidak banyak menyebabkan PLS menjadi metode analisis yang sangat kuat. PLS tidak hanya digunakan untuk mengkonfirmasi teori, tetapi dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. Uji analisis PLS melibatkan dua evaluasi yaitu *outer* dan *inner model* (Ghozali, 2016).

1) Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Penilaian validitas dan reliabilitas model diukur melalui outer model. Uji validitas terkait pemastian kemampuan instrumen penelitian mengukur suatu objek, sedangkan uji reliabilitas berfungsi mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep dan mengukur konsistensi responden dalam menjawab instrumen penelitian. Penjelasan terperinci dari komponen model pengukuran yakni sebagai berikut:

a) Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Pengukuran besaran korelasi antara konstruk dan variabel laten dilakukan melalui *convergent validity*. Pengujian validitas konvergen dapat dilihat dari *loading factor* untuk *masing-masing* indikator konstruk. Nilai ideal *loading factor* $> 0,7$ yang menunjukkan kevalidan indikator untuk mengukur konstruk yang terbentuk. *Loading factor* $> 0,5$ masih bisa ditolerir pada penelitian empiris. Persentase konstruk yang dapat menjelaskan variasi indikator ditunjukkan dengan nilai ini.

b) Validitas Diskriminan (*Dicriminant Validity*)

Cross loading antara indikator dengan konstruknya memperlihatkan *discriminant validity* indikator. Apabila korelasi konstruk dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi indikator dengan konstruk lain, maka konstruk laten memperkirakan indikator pada blok mereka lebih baik dibandingkan indikator blok lain. Validitas diskriminan diuji dengan indikator reflektif dengan memandang nilai *cross loading* setiap variabel harus $> 0,7$.

c) *Composite Reliability*

Cronbach's Alpha dan *Composite Reliability* merupakan cara pengukuran reliabilitas suatu konstruk dengan item refleksif. Pengujian reliabilitas konstruk melalui *Cronbach's Alpha* menyuguhkan nilai lebih rendah sehingga lebih disarankan penggunaan *Composite Reliability*. *Rule of thumb* nilai *composite reliability* harus lebih tinggi dari 0,7 walaupun nilai 0,6 masih dapat di tolerir.

2) Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Gambaran hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substantif diperoleh dari inner model. Berikut diuraikan komponen pengevaluasian model struktural dalam PLS.

a) *R-Square* (R^2)

Penilaian model struktural terlebih dahulu dilakukan dengan penilaian *R-Square* untuk setiap variabel *laten endogen* sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel *laten endogen* apakah mempunyai pengaruh yang *substantive*. Nilai *R-Square* 0,75 (model kuat) 0,50 (moderat) dan 0,25 (lemah).

b) *Predictive Relevance* (Q^2)

Evaluasi model PLS juga dapat dilakukan dengan *Q-square*. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai $Q^2 > 0$ memperlihatkan model mempunyai *predictive relevance*, ataupun sebaliknya. Lebih mengkhusus nilai Q^2 sebesar 0,02 (model lemah), 0,15 (moderat), dan 0,35 (kuat).

c) *Goodness of Fit* (GoF)

Tenenhaus et al. (2005) mengembangkan *Goodness of Fit* pada Tahun 2004. *Goodness of Fit* (GoF) dipergunakan dalam mengevaluasi model pengukuran dan model struktural serta menunjukkan secara keseluruhan tingkat kelayakan model. Kriteria nilai GoF adalah 0,10

(GoF *small*), 0,25 (GoF *medium*) dan 0,36 (GoF *large*). Nilai *Goodness of Fit* dapat dicari dengan rumus berikut:

$$\text{GoF} = \sqrt{\text{AVE} \times R^2}$$

Keterangan:

GoF = *Goodness of Fit*

AVE = Rata-rata AVE

R² = Rata-rata R

3) Pengujian Hipotesis

Secara umum PLS digunakan pada pendekatan metode *explanatory research*, karena melibatkan pengujian hipotesis. Menguji hipotesis dapat dilihat melalui nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Berikut dijabarkan pengujian hipotesis.

a. Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)

Prosedur *bootstrapping* dilakukan untuk menilai signifikansi pengaruh antar variabel. Seluruh sampel asli digunakan untuk melakukan *re-sampling* kembali pada prosedur *bootstrap*. *Number of bootstrap samples* sebesar 5.000 disarankan dengan notasi sampel asli lebih kecil dari jumlah tersebut, namun *number of bootstrap samples* sebesar 200-1000 dikatakan sudah cukup oleh beberapa literatur untuk mengoreksi *standar error estimate PLS*. Pada metode *re-sampling bootstrap*, nilai signifikansi yang dipergunakan (*one-tailed*) *t-value* 1,28 (tingkat signifikansi 10%); 1,65 (tingkat signifikansi 5%); dan 2,33 (tingkat signifikansi 1%). Penelitian ini mempergunakan tingkat signifikansi 5% sehingga *t-value* yang digunakan adalah 1,65.

b. Analisis SEM dengan Efek Mediasi

Prosedur yang dikembangkan oleh Baron dan Kenny digunakan dalam pengujian efek mediasi pada analisis PLS dengan tahapan berikut:

- 1) Model pertama, pengujian dampak variabel bebas pada variabel terikat dengan signifikansi pada t-statistik $>1,65$.
- 2) Model kedua, menguji dampak variabel bebas pada variabel mediasi dengan signifikansi pada t-statistik $>1,65$.
- 3) Model ketiga, menguji secara simultan dampak variabel bebas dan mediasi pada variabel terikat.

Apabila pengaruh variabel bebas terhadap terikat tidak signifikan sedangkan pengaruh variabel mediasi terhadap variabel terikat signifikan pada t-statistik $>1,65$, maka terbukti variabel mediasi memediasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sosialisasi pajak dan kualitas pelayanan pajak terhadap loyalitas wajib pajak dengan kepercayaan publik sebagai variabel mediasi pada masyarakat Kabupaten Tanggamus. Berdasarkan hasil pengujian model, analisis statistik, serta interpretasi distribusi spasial variabel penelitian pada Bab IV, diperoleh beberapa kesimpulan utama yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Sosialisasi pajak merupakan faktor penting dalam membentuk loyalitas wajib pajak di Kabupaten Tanggamus. Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat sosialisasi pajak di wilayah penelitian memiliki variasi yang cukup signifikan antar kecamatan dengan rentang nilai 43,33 hingga 93,33. Kecamatan Kelumbayan Barat tercatat sebagai wilayah dengan tingkat sosialisasi tertinggi (93,33), diikuti oleh Kotaagung Barat (91,67), yang menunjukkan intensitas penyampaian informasi perpajakan yang relatif kuat di wilayah tersebut. Sebaliknya, kecamatan Bandar Negeri Semuong menunjukkan tingkat sosialisasi terendah (43,33), yang mengindikasikan masih terbatasnya penyebaran informasi perpajakan di wilayah tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas dan intensitas sosialisasi perpajakan berperan dalam membangun pemahaman serta kesadaran masyarakat terhadap kewajiban perpajakan.

2. Kualitas pelayanan pajak terbukti menjadi determinan penting dalam memperkuat loyalitas wajib pajak. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pajak di Kabupaten Tanggamus berada pada rentang nilai 49,52 hingga 94,52. Kecamatan Kotaagung Barat (94,52) dan Kelumbayan Barat (93,33) menunjukkan kualitas pelayanan yang sangat baik, yang mencerminkan adanya pelayanan yang lebih responsif, transparan, dan mudah diakses oleh masyarakat. Sebaliknya, kecamatan Bandar Negeri Semuong (49,52) menunjukkan tingkat kualitas pelayanan yang relatif rendah dibandingkan wilayah lain. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan perpajakan menjadi faktor strategis dalam membangun persepsi positif masyarakat terhadap institusi perpajakan.
3. Kepercayaan publik terhadap pemerintah dalam pengelolaan pajak berperan sebagai mekanisme mediasi yang memperkuat hubungan antara sosialisasi, pelayanan pajak, dan loyalitas wajib pajak. Distribusi nilai kepercayaan publik menunjukkan rentang 51,11 hingga 88,44, dengan kecamatan Limau (88,44) dan Kelumbayan (85,00) sebagai wilayah dengan tingkat kepercayaan tertinggi. Sementara itu, kecamatan Bandar Negeri Semuong (51,11) menunjukkan tingkat kepercayaan publik yang paling rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi kebijakan serta pengalaman pelayanan yang diterima masyarakat.
4. Loyalitas wajib pajak sebagai variabel utama dalam penelitian ini menunjukkan variasi yang cukup signifikan antar wilayah. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa tingkat loyalitas wajib pajak berada pada rentang 50,56 hingga 96,67. Kecamatan Kelumbayan Barat menunjukkan tingkat loyalitas tertinggi dengan nilai 96,67, yang mencerminkan tingkat kesadaran dan komitmen masyarakat yang sangat tinggi dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Sebaliknya, kecamatan Bandar Negeri Semuong (50,56) menunjukkan tingkat loyalitas terendah. Temuan ini memperlihatkan bahwa loyalitas wajib pajak tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individual, tetapi juga oleh kualitas interaksi antara masyarakat dan pemerintah dalam sistem pelayanan perpajakan.

5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas wajib pajak di Kabupaten Tanggamus terbentuk melalui interaksi antara tiga dimensi utama, yaitu komunikasi kebijakan (sosialisasi pajak), kualitas layanan institusional (pelayanan perpajakan), dan legitimasi institusional (kepercayaan publik). Ketiga dimensi tersebut bekerja secara simultan dalam membentuk perilaku kepatuhan masyarakat terhadap pajak. Selain itu, hasil analisis spasial menunjukkan adanya ketimpangan distribusi kinerja perpajakan antar kecamatan, yang mengindikasikan bahwa implementasi kebijakan perpajakan di tingkat daerah masih memerlukan strategi pemerataan dalam hal sosialisasi, peningkatan kualitas pelayanan, serta penguatan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah daerah.
6. Temuan analisis SmartPLS menunjukkan bahwa kualitas pelayanan fiskus merupakan faktor paling dominan dalam membentuk loyalitas wajib pajak di Kabupaten Tanggamus. Hasil uji *bootstrapping* memperlihatkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pembayaran pajak memiliki koefisien paling besar ($\beta = 0.649$; $p < 0.001$), diikuti oleh pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan publik ($\beta = 0.646$; $p < 0.001$). Kepercayaan publik sendiri terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap loyalitas pembayaran pajak ($\beta = 0.246$; $p = 0.006$). Sementara itu, sosialisasi perpajakan hanya berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan publik ($\beta = 0.210$; $p = 0.043$), tetapi tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas pembayaran pajak ($\beta = 0.070$; $p = 0.191$). Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas wajib pajak di Kabupaten Tanggamus lebih banyak dibentuk melalui pengalaman layanan publik yang dirasakan secara langsung oleh masyarakat dibandingkan melalui kegiatan sosialisasi semata.
7. Berdasarkan hasil penelitian, penelitian ini merumuskan Model INDRA sebagai model sosialisasi pajak daerah berbasis kepercayaan publik. Model ini terdiri dari lima unsur utama, yaitu Informasi, Nilai Manfaat, Data Terbuka, Respons Aduan, dan Akuntabilitas. Model INDRA dikembangkan sebagai temuan bahwa sosialisasi pajak tidak memengaruhi loyalitas wajib pajak secara langsung, tetapi melalui pembentukan kepercayaan publik.

Dengan demikian, sosialisasi pajak daerah perlu digeser dari pendekatan administratif menuju pendekatan yang lebih relasional, transparan, responsif, dan berbasis manfaat layanan dasar masyarakat.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan loyalitas wajib pajak di tingkat daerah tidak hanya bergantung pada mekanisme administratif perpajakan, tetapi juga pada kualitas hubungan antara pemerintah dan masyarakat dalam kerangka tata kelola pemerintahan yang transparan, responsif, dan terpercaya.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis empiris dan pemetaan distribusi variabel penelitian pada Bab IV, beberapa rekomendasi kebijakan yang dapat dipertimbangkan oleh Pemerintah Kabupaten Tanggamus, khususnya Badan Pendapatan Daerah (Bapenda), adalah sebagai berikut :

1. Penguatan Strategi Sosialisasi Pajak Berbasis Wilayah Prioritas

Hasil pemetaan menunjukkan bahwa tingkat sosialisasi pajak di Kabupaten Tanggamus masih menunjukkan ketimpangan antar kecamatan, dengan rentang nilai 43,33 hingga 93,33. Kecamatan Bandar Negeri Semuong dan beberapa wilayah lain berada pada kategori sosialisasi yang relatif rendah dibandingkan kecamatan seperti Kelumbayan Barat dan Kotaagung Barat yang memiliki tingkat sosialisasi lebih tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi sosialisasi perpajakan masih belum terdistribusi secara merata. Oleh karena itu, Pemerintah Kabupaten Tanggamus melalui Bapenda perlu menerapkan strategi sosialisasi pajak berbasis wilayah prioritas, dengan fokus pada kecamatan yang memiliki nilai sosialisasi rendah. Program sosialisasi dapat dilakukan melalui pendekatan *multi-channel*, seperti penyuluhan langsung kepada masyarakat, pemanfaatan media digital, kolaborasi dengan pemerintah kecamatan dan pekon, serta integrasi program edukasi pajak dalam kegiatan pelayanan publik daerah. Pendekatan ini diharapkan

mampu memperluas jangkauan informasi perpajakan sekaligus meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai fungsi pajak sebagai sumber pembiayaan pembangunan daerah.

2. Peningkatan Kualitas Pelayanan Pajak melalui Reformasi Pelayanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pajak memiliki rentang nilai 49,52 hingga 94,52, dengan kecamatan Kotaagung Barat dan Kelumbayan Barat menunjukkan kualitas pelayanan tertinggi. Sebaliknya, beberapa wilayah seperti Bandar Negeri Semuong masih menunjukkan kualitas pelayanan yang relatif rendah. Oleh karena itu, Bapenda Kabupaten Tanggamus perlu memperkuat reformasi pelayanan publik di sektor perpajakan melalui peningkatan standar pelayanan, penguatan kapasitas aparatur, serta pemanfaatan teknologi informasi dalam pelayanan pajak daerah. Pengembangan layanan perpajakan digital, penyederhanaan prosedur administrasi, serta peningkatan transparansi informasi perpajakan dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan pengalaman pelayanan yang diterima masyarakat. Dengan meningkatnya kualitas pelayanan perpajakan, diharapkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi perpajakan dapat semakin meningkat dan berdampak pada peningkatan kepatuhan pajak daerah.

3. Penguatan Kepercayaan melalui Transparansi Pengelolaan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan publik terhadap pengelolaan pajak daerah berada pada rentang 51,11 hingga 88,44, dengan kecamatan Limau dan Kelumbayan menunjukkan tingkat kepercayaan yang relatif tinggi. Namun demikian, beberapa wilayah masih menunjukkan tingkat kepercayaan publik yang lebih rendah. Untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem perpajakan daerah, pemerintah daerah perlu memperkuat transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan pajak daerah. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan komunikasi publik mengenai pemanfaatan pajak daerah untuk pembangunan, misalnya

melalui publikasi program pembangunan yang didanai oleh pajak daerah, penyampaian laporan penggunaan pajak kepada masyarakat, serta penguatan mekanisme akuntabilitas publik. Pendekatan ini diharapkan mampu memperkuat legitimasi pemerintah daerah di mata masyarakat serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap sistem perpajakan.

4. Kebijakan Peningkatan Loyalitas Wajib Pajak Berbasis Data Spasial

Hasil pemetaan menunjukkan bahwa loyalitas wajib pajak di Kabupaten Tanggamus berada pada rentang 50,56 hingga 96,67, dengan kecamatan Kelumbayan Barat menunjukkan tingkat loyalitas tertinggi, sementara kecamatan Bandar Negeri Semuong menunjukkan tingkat loyalitas yang relatif lebih rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas wajib pajak memiliki karakteristik yang berbeda antar wilayah. Oleh karena itu, pemerintah daerah perlu mengembangkan strategi peningkatan loyalitas wajib pajak berbasis data spasial, dengan memanfaatkan hasil pemetaan wilayah sebagai dasar dalam merumuskan kebijakan perpajakan daerah. Melalui pendekatan ini, program peningkatan kepatuhan pajak dapat dirancang secara lebih terarah, misalnya dengan mengidentifikasi wilayah yang membutuhkan intensifikasi sosialisasi, peningkatan pelayanan, atau intervensi kebijakan lainnya.

5. Pengembangan Sistem *Monitoring* Pajak Berbasis Wilayah

Sebagai langkah strategis jangka panjang, Pemerintah Kabupaten Tanggamus perlu mengembangkan sistem *monitoring* dan evaluasi kepatuhan pajak berbasis wilayah yang terintegrasi dengan sistem informasi perpajakan daerah. Sistem ini dapat memanfaatkan data spasial untuk memantau perkembangan tingkat kepatuhan pajak pada setiap kecamatan secara periodik. Dengan adanya sistem *monitoring* berbasis wilayah tersebut, pemerintah daerah dapat melakukan evaluasi kebijakan secara lebih akurat serta merumuskan strategi peningkatan penerimaan pajak daerah secara lebih efektif dan berbasis bukti (*evidence-based policy*).

6. Implementasi Model INDRA sebagai Strategi Sosialisasi Pajak Daerah Berbasis Kepercayaan Publik

Pemerintah Kabupaten Tanggamus, khususnya Bapenda, perlu mengembangkan Model INDRA sebagai kerangka operasional dalam sosialisasi pajak daerah. Model ini dapat dijalankan melalui penyampaian informasi pajak yang sederhana, penjelasan nilai manfaat pajak bagi layanan dasar, pembukaan data penerimaan dan pemanfaatan pajak, penyediaan kanal aduan yang responsif, serta penguatan akuntabilitas pengelolaan pajak daerah. Implementasi Model INDRA perlu diintegrasikan dengan pelayanan pajak, pemanfaatan pajak untuk layanan dasar, serta strategi berbasis wilayah agar mampu meningkatkan kepercayaan publik dan loyalitas wajib pajak secara berkelanjutan.

7. Integrasi Model INDRA ke dalam Peraturan Bupati Tanggamus

Pemerintah Kabupaten Tanggamus perlu mempertimbangkan integrasi Model INDRA ke dalam regulasi teknis daerah, khususnya melalui penyusunan atau penyesuaian Peraturan Bupati Tanggamus yang mengatur strategi sosialisasi, pelayanan, transparansi, dan akuntabilitas pajak daerah. Integrasi ini penting agar Model INDRA tidak hanya berhenti sebagai rekomendasi akademik, tetapi dapat menjadi kerangka kebijakan operasional yang memiliki dasar pelaksanaan yang lebih jelas bagi perangkat daerah, terutama Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tanggamus.

Peraturan Bupati tersebut dapat memuat pengaturan mengenai penyampaian informasi perpajakan yang sederhana dan mudah dipahami, penjelasan nilai manfaat pajak bagi layanan dasar masyarakat, keterbukaan data target dan realisasi pajak daerah, penyediaan kanal respons aduan wajib pajak, serta mekanisme akuntabilitas pengelolaan pajak daerah. Selain itu, regulasi ini juga dapat mengatur peran kecamatan, pekon, dan perangkat daerah terkait dalam mendukung sosialisasi pajak berbasis wilayah prioritas.

Dengan memasukkan Model INDRA ke dalam Peraturan Bupati, Pemerintah Kabupaten Tanggamus dapat memiliki pedoman yang lebih terstruktur dalam membangun kepercayaan publik, meningkatkan kualitas pelayanan perpajakan, serta memperkuat loyalitas wajib pajak secara berkelanjutan. Pendekatan ini juga dapat menjadi dasar bagi penyusunan sistem monitoring dan evaluasi kebijakan pajak daerah berbasis data, sehingga strategi peningkatan kepatuhan pajak tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga berbasis bukti, transparan, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Kabupaten Tanggamus.

5.3 Kebaruan Penelitian: Model INDRA sebagai Model Sosialisasi Pajak Daerah Berbasis Kepercayaan Publik

Kebaruan penelitian ini terletak pada perumusan Model INDRA sebagai model sosialisasi pajak daerah berbasis kepercayaan publik. Model ini dikembangkan dari temuan bahwa sosialisasi pajak tidak memberikan pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas pembayaran pajak, tetapi bekerja melalui pembentukan kepercayaan publik. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjelaskan hubungan antarvariabel secara statistik, tetapi juga merumuskan model operasional yang dapat digunakan pemerintah daerah untuk memperkuat loyalitas wajib pajak melalui pendekatan yang lebih transparan, responsif, dan berbasis manfaat.

Model INDRA terdiri dari lima unsur utama, yaitu Informasi, Nilai Manfaat, Data Terbuka, Respons Aduan, dan Akuntabilitas. Informasi menekankan pentingnya penyampaian pengetahuan pajak secara jelas dan mudah dipahami. Nilai Manfaat menghubungkan pajak yang dibayar masyarakat dengan layanan dasar yang mereka rasakan. Data Terbuka menegaskan perlunya keterbukaan informasi mengenai target, realisasi, dan pemanfaatan pajak daerah. Respons Aduan menyediakan ruang bagi wajib pajak untuk menyampaikan keluhan dan memperoleh tindak lanjut.

Akuntabilitas memastikan bahwa pemerintah daerah tidak hanya memungut pajak, tetapi menjelaskan dan mempertanggungjawabkan pengelolaannya kepada masyarakat. Secara teoritis, Model INDRA memperluas cara memahami sosialisasi pajak daerah. Sosialisasi pajak tidak lagi diposisikan sebagai kegiatan administratif untuk menyampaikan kewajiban, prosedur, jatuh tempo, atau sanksi semata. Dalam model ini, sosialisasi pajak ditempatkan sebagai instrumen pembentukan kepercayaan publik. Artinya, keberhasilan sosialisasi tidak hanya diukur dari seberapa sering pemerintah menyampaikan informasi, tetapi dari seberapa jauh informasi tersebut mampu membangun keyakinan masyarakat bahwa pajak dikelola secara terbuka, bermanfaat, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Secara empiris, Model INDRA menjawab kekhasan Kabupaten Tanggamus sebagai daerah dengan karakter wilayah yang luas, sebaran kecamatan yang beragam, serta struktur ekonomi yang berbeda dari daerah dengan kapasitas fiskal kuat. Tanggamus tidak dapat sepenuhnya meniru daerah yang memiliki basis pajak besar karena ditopang oleh pariwisata internasional, kawasan industri, bandara, jasa, atau aktivitas ekonomi metropolitan. Oleh karena itu, strategi optimalisasi pajak daerah di Tanggamus perlu diarahkan pada penguatan basis yang paling mungkin dikembangkan, yaitu kepatuhan massal, kualitas pelayanan, kepercayaan publik, dan loyalitas wajib pajak.

Secara kebijakan, Model INDRA memberikan kerangka praktis bagi Pemerintah Kabupaten Tanggamus, khususnya Bapenda, dalam memperbaiki strategi sosialisasi pajak daerah. Model ini dapat diterapkan melalui sosialisasi berbasis wilayah prioritas, layanan pajak keliling, pelibatan aparatur pekon dan tokoh masyarakat, penyampaian informasi pajak melalui kanal digital sederhana, pembukaan data pemanfaatan pajak, serta penyediaan kanal pengaduan yang jelas dan dapat ditindaklanjuti. Dengan cara ini, sosialisasi pajak tidak hanya menjadi agenda penyuluhan, tetapi menjadi bagian dari tata kelola pelayanan pajak daerah.

Kebaruan lain dari Model INDRA terletak pada keterhubungannya dengan layanan dasar masyarakat. Pajak daerah perlu dijelaskan bukan hanya sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah, tetapi sebagai kontribusi warga yang kembali dalam bentuk layanan publik. PBB-P2 dapat dikaitkan dengan perbaikan lingkungan permukiman, drainase, dan penerangan jalan. PBJT dapat dikaitkan dengan kebersihan kawasan usaha, pengawasan pangan, parkir, dan ketertiban. Pajak reklame, air tanah, MBLB, walet, serta opsen kendaraan dapat dikaitkan dengan penataan ruang, konservasi lingkungan, perbaikan jalan, dan keselamatan lalu lintas. Dengan demikian, Model INDRA membantu mengubah narasi pajak dari “kewajiban membayar” menjadi “kontribusi yang manfaatnya dapat dilihat dan diawasi.”

Model INDRA juga memperkuat dimensi moral dalam perpajakan daerah. Loyalitas wajib pajak tidak cukup dibangun dengan aturan, sanksi, atau imbauan administratif. Loyalitas membutuhkan rasa percaya bahwa pemerintah daerah jujur, responsif, dan konsisten dalam mengelola pajak. Pada saat yang sama, wajib pajak juga perlu memahami bahwa pajak yang telah dipungut dari masyarakat, terutama dalam jenis pajak tertentu seperti PBJT, harus disetorkan secara benar kepada daerah. Dalam kerangka ini, Model INDRA menempatkan kepercayaan publik dan moral pajak sebagai dua sisi yang saling terkait.

Dengan demikian, kontribusi utama penelitian ini bukan hanya pada pembuktian bahwa kepercayaan publik memediasi hubungan antara sosialisasi pajak, kualitas pelayanan, dan loyalitas wajib pajak. Kontribusi utama penelitian ini adalah perumusan Model INDRA sebagai model sosialisasi pajak daerah yang mengubah pendekatan perpajakan dari administratif menuju relasional. Melalui Informasi, Nilai Manfaat, Data Terbuka, Respons Aduan, dan Akuntabilitas, Model INDRA menawarkan kerangka penguatan pajak daerah yang lebih sesuai dengan kebutuhan Kabupaten Tanggamus: membangun kepercayaan, memperbaiki pelayanan, membuka manfaat, dan mendorong loyalitas wajib pajak secara lebih berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ab Hamid, M. R., Sami, W., & Mohmad Sidek, M. H. (2017). *Discriminant validity assessment: Use of Fornell & Larcker criterion versus HTMT criterion. Journal of Physics: Conference Series*, 890(1), 12163.
- Abodher, F. M., Elmagrhi, M., & Shlof, M. A. (2025). *National pride, trust in government and tax compliance: evidence from an environment of severe political instability. Journal of Applied Accounting Research*, 26(5), 1086–1105.
- Abuselidze, G. (2021a). *The intergovernmental relations and their regulation in the context of decentralization of fiscal policy. E3S Web of Conferences*, 280.
- Abuselidze, G. (2021b). *The intergovernmental relations and their regulation in the context of decentralization of fiscal policy. E3S Web of Conferences*, 280.
- Adams, J. S. (1965). *Inequity in social exchange. In Advances in experimental social psychology (Vol. 2, pp. 267–299). Elsevier.*
- Adilla, D. S., Fitriani, S. N., & Jannah, L. L. (2025a). *Peran Pajak sebagai Sumber Pendapatan Negara dalam Sistem Perekonomian Indonesia. Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(11).
- Adilla, D. S., Fitriani, S. N., & Jannah, L. L. (2025b). *Peran Pajak sebagai Sumber Pendapatan Negara dalam Sistem Perekonomian Indonesia. Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(11).
- Aditia, M. R., Sutan, A. J., & Beriansyah, A. (2025). *Public Perception of the Performance of SAMSAT Jambi City: SEM-PLS Analysis on the Quality of Motor Vehicle Tax Services Based on SERVQUAL.*
- Ahmadi, S., & Puterisari, D. U. (2025). *The Effect of Service Quality and Accessibility on Taxpayer Compliance of Rural and Urban Land and Building Tax Payment Week Program in Yogyakarta City. Enrichment: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 3(7), 3318–3326.

- Aini, A. N., Suhatmi, E. C., & Meikhati, E. (2025). Pengaruh Literasi Pajak, Digitalisasi Pajak, dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus pada WP OP KPP Pratama Surakarta). *Proceedings Law, Accounting, Business, Economics and Language*, 2(1), 88–99.
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Alm, J., & Torgler, B. (2011). Do ethics matter? Tax compliance and morality. *Journal of Business Ethics*, 101(4), 635–651.
- Alshira'h, A. (2024). How can value added tax compliance be incentivized? An experimental examination of trust in government and tax compliance costs. *Journal of Money Laundering Control*, 27(1), 191–208.
- Amelia, F. R., Harefa, I., & Putra, Y. M. (2025). The Effect of Tax Education on Taxpayer Compliance. *Social and Economic Bulletin*, 2(1), 22–29.
- Ananda, R. (2025). Comparison of Coretax with Digital Tax Systems in ASEAN Countries: Policy and Implementation Study. *Journal Of Strategic Behaviour Accounting*, 1(01).
- Appiah, E., Song, N., Appiah-Otoo, I., Ahia, B. N. K., Dumor, K., Toure, M., & Koudalo, Y. (2025). The impact of bureaucratic quality on tax revenue collection in democratic settings. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 1–11.
- Aulia, S., Rosdiana, H., & Inayati, I. (2022). Trust, power, and tax risk into the “slippery slope”: a corporate tax compliance model. *Sustainability*, 14(22), 14670.
- Bahl, R., & Bird, R. (2008). Subnational taxes in developing countries: The way forward. *Public Budgeting & Finance*, 28(4), 1–25.
- Bahramov, F. (2023). Elimination of tax complexity issues through financial literacy. *Journal of Financial Studies*, 8(Special-June_2023), 13–22.

- Bartolini, D., Ninka, E., & Santolini, R. (2019). *Tax decentralization, labour productivity, and employment in OECD countries*. *Applied Economics*, 51(34), 3710–3729. <https://doi.org/10.1080/00036846.2019.1584369>
- Baser, E. T., & Tan, E. (2023). *Citizen expectations, agency reputation and public service quality*. *Public Management Review*, 1–27.
- Beeri, I., Zaidan, A., & Zeedan, R. (2022). *Willingness to pay taxes through mutual trust: The effect of fairness, governability, tax-enforcement and outsourcing on local tax collection rates*. *Governance*, 35(4), 1229–1252.
- Belahouaoui, R., & Attak, E. H. (2025). *Exploring the relationship between taxpayers and tax authorities in the digital era: evidence on tax compliance behavior in emerging economies*. *International Journal of Law and Management*, 67(6), 632–653.
- Belahouaoui, R., & Attak, E. H. (2025). *Exploring the relationship between taxpayers and tax authorities in the digital era: evidence on tax compliance behavior in emerging economies*. *International Journal of Law and Management*, 67(6), 632–653.
- Bello, U., Dandago, K. I., & Samaila, I. A. (2023). *Hierarchical Component Model Approach on Tax Fairness, Public Governance Quality and Tax Compliance: A Mediating Role of Tax Morale*. *Kelaniya Journal of Management*, 12(3).
- Betts, S. (2022). *Compliance Risk Management Framework to Drive Revenue Performance*.
- Blind, P. K. (2007). *Building trust in government in the twenty-first century: Review of literature and emerging issues*. 7th Global Forum on Reinventing Government *Building Trust in Government*, 2007, 26–29.
- Bodea, C., & LeBas, A. (2016). *The origins of voluntary compliance: attitudes toward taxation in urban Nigeria*. *British Journal of Political Science*, 46(1), 215–238.

- Bornman, M. (2015). *The determinants and measurement of trust in tax authorities as a factor influencing tax compliance behaviour*. *Journal of Economic and Financial Sciences*, 8(3), 773–790.
- Bouaddi, M., Beddaa, M., & Bentalha, B. (2025). *Effective Communication and Awareness Campaigns as Tools for Enhancing Tax Compliance: Insights and Strategies*. In *Modeling and Profiling Taxpayer Behavior and Compliance* (pp. 209–230). IGI Global Scientific Publishing.
- Braccioli, F., Muñoz-Sobrado, E., Piolatto, A., & Zerbini, A. (2024). *The Taxing Challenges of the State: Unveiling the Role of Fiscal and Administrative Capacity in Development*. *CESifo Economic Studies*, 70(4), 490–523.
- Brata, J. D., Yuningsih, I., Kesuma, A. I., & others. (2017). Pengaruh kesadaran wajib pajak, pelayanan fiskus, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha dan pekerjaan bebas di Kota Samarinda. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 69–81.
- Brautigam, D., Fjeldstad, O.-H., & Moore, M. (2008). *Taxation and state-building in developing countries: Capacity and consent*. Cambridge University Press.
- Buriachenko, A., Levchenko, K., Spasiv, N., & Osipova, A. (2022). *Fiscal decentralization of the Visegrad group countries as a key factor of development*. *Acta Innovations*.
- Cechovsky, N. (2018). *The importance of tax knowledge for tax compliance: A study on the tax literacy of vocational business students*. *European Conference on Educational Research (ECER), Vocational Education and Training Network (VETNET)*, September, 113–121.
- Cendrawinata, S. I. (2025). Pengaruh persepsi korupsi pajak dan kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan kepercayaan otoritas pajak sebagai variabel mediasi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

- Chairul, M., Kadarisman, F. R., Japutra, A., Imron, M. I., & Pradana, M. W. (2024). Faktor penentu kepatuhan wajib pajak. *Digital Business: Tren Bisnis Masa Depan*, 15(1), 28–35.
- Chan, L. L., Idris, N., & others. (2017). *Validity and reliability of the instrument using exploratory factor analysis and Cronbach's alpha*. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(10), 400–410.
- Chen Loo, E., McKerchar, M., & Hansford, A. N. N. (2009). *Understanding the compliance behaviour of Malaysian individual taxpayers using a mixed method approach*. *J. Australasian Tax Tchrs. Ass'n*, 4, 181.
- Chin, C.-L., & Yao, G. (2024). *Convergent validity*. In *Encyclopedia of quality of life and well-being research* (pp. 1398–1399). Springer.
- Chin, W. W. (2009). *Bootstrap cross-validation indices for PLS path model assessment*. In *Handbook of partial least squares: Concepts, methods and applications* (pp. 83–97). Springer.
- Chongvilaivan, A., & Chooi, A. (2021). *A comprehensive assessment of tax capacity in Southeast Asia*. Asian Development Bank.
- Choudhury, E. (2008). *Trust in administration: An integrative approach to optimal trust*. *Administration & Society*, 40(6), 586–620.
- Cyan, M. R., Koumpias, A. M., & Martinez-Vazquez, J. (2017). *The effects of mass media campaigns on individual attitudes towards tax compliance; quasi-experimental evidence from survey data in Pakistan*. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 70, 10–22.
- da Cruz Vareiro, L. M., Gonçalves, S. M. F., Miranda, E. M. M., & Mendes, R. B. V. (2024). *Tax Knowledge and Communication in Local Governance: Evidence from Four Portuguese Municipalities*. *International Conference on Tourism, Technology and Systems*, 511–526.

- Darmayasa, I. N., & Hardika, N. S. (2024). *Core tax administration system: the power and trust dimensions of slippery slope framework tax compliance model*. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2337358.
- Desiva, A. H., Kholis, N., & others. (2022). Pengaruh sosialisasi, fasilitas, kualitas pelayanan, dan sanksi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(2), 233–240.
- Dewi, S. R., & Inayati, I. (2024). *The Role of Regional Taxes in Improving the Quality of Public Infrastructure in DKI Jakarta*. *Jurnal Ad'ministrare*, 461–466.
- Dharma, A. B. (2025). STRATEGI KEBIJAKAN OPTIMALISASI PENERIMAAN PAJAK DAERAH MENUJU KEMANDIRIAN FISKAL DI PROVINSI LAMPUNG. *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan*, 13(02).
- Di John, J. (2011). *Taxation, developmental state capacity and poverty reduction*. *International Journal of Social Welfare*, 20(3), 270–279.
- Dick, A. S., & Basu, K. (1994). *Customer loyalty: toward an integrated conceptual framework*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99–113.
- DPJK Kemenkeu. (2025). Portal Data SIKD Kabupaten Tanggamus. <https://djp.kemenkeu.go.id/portal/data/apbd?periode=12&tahun=2025&provinsi=08&pemda=06>
- Dwianti, N. R., Ratih Damayanti, S. H., & others. (2025). Digitalisasi Perpajakan dan Dampaknya terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Indonesia. *Jurnal Pajak Dan Akuntansi*, 2(1), 1–6.
- Dwiyanto, A. (2018). *Manajemen pelayanan publik: peduli inklusif dan kolaborasi*. UGM press.
- Eade, D., & Williams, S. (1995). *The Oxfam handbook of development and relief (Vol. 2)*. Oxfam.

- Engdaw, B. D. (2020). *The impact of quality public service delivery on customer satisfaction in Bahir Dar city administration: The case of Ginbot 20 sub-city*. *International Journal of Public Administration*, 43(7), 644–654.
- Ervina, N., Junaidi, J., Zulgani, Z., & Achmad, E. (2025). *Analysis of Tax Compliance Levels for Regional Taxes in the Provinces of Indonesia*. *Economies*, 13(12). <https://doi.org/10.3390/economies13120354>
- Feld, L. P., & Frey, B. S. (2002). *Trust breeds trust: How taxpayers are treated*. *Economics of Governance*, 3(2), 87–99.
- Fitriyah, A., & Nasrulloh, U. F. (2025). *Strategic framing in tax communication: Reconsidering policy narratives through justice-based approaches*. *Sinergi International Journal of Economics*, 3(2), 70–84.
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press.
- Gangl, K., Hofmann, E., & Kirchler, E. (2015). *Tax authorities' interaction with taxpayers: A conception of compliance in social dilemmas by power and trust*. *New Ideas in Psychology*, 37, 13–23.
- Haji-Othman, Y., & Yusuff, M. S. S. (2022). *Assessing reliability and validity of attitude construct using partial least squares structural equation modeling*. *Int J Acad Res Bus Soc Sci*, 12(5), 378–385.
- Hajjar, S. T., & others. (2018). *Statistical analysis: Internal-consistency reliability and construct validity*. *International Journal of Quantitative and Qualitative Research Methods*, 6(1), 27–38.
- Hamed, Q. K. (2020). *The role of the media in raising tax awareness among taxpayers*. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(11), 816–837.
- Herawati, H., Tabroni, R., & Lusiana, S. (2018). *THE EFFECTIVENESS OF THE TAX REGULATION SOCIALIZATION STRATEGIES ON TAX PAYERS' COMPREHENSION AND COMPLIANCE IN IMPLEMENTING*

THEIR TAX OBLIGATIONS. The International Journal of Business Review (The Jobs Review), 1(2), 131–140.

Horodnic, I. A. (2018). *Tax morale and institutional theory: a systematic review. International Journal of Sociology and Social Policy*, 38(9–10), 868–886.

Horodnic, I. A. (2018). *Tax morale and institutional theory: a systematic review. International Journal of Sociology and Social Policy*, 38(9–10), 868–886.

Hsu, H.-Y. (2024). *Fiscal transparency and tax morale: is the relationship shaped by perceptions of government performance and corruption? International Review of Administrative Sciences*, 90(3), 563–580.

Hussain, S., Ilahi, N., & others. (2016). *Impact of Institutional Quality and Governance on Tax-GDP Ratio: A Cross Country Analysis. Journal of Managerial Sciences*, 10(2).

Hutahuruk, M. B., Ridwan, M., Hairudin, H., Prayetno, M. P., & Renaldo, N. (2024). *Understanding the Issue of Taxpayer Compliance and Knowledge Gaps. Nexus Synergy: A Business Perspective*, 2(2), 56–65.

Idrus, A. (2024a). *Exploring Public Finance Policies: A Qualitative Inquiry into Fiscal Policy Analysis, Government Financial Management, and Public Sector Financial Health. Golden Ratio of Finance Management*, 4(2), 87–99.

Idrus, A. (2024b). *Exploring Public Finance Policies: A Qualitative Inquiry into Fiscal Policy Analysis, Government Financial Management, and Public Sector Financial Health. Golden Ratio of Finance Management*, 4(2), 87–99.

Intansari, M. R. (2022). *The effect of tax literacy on tax compliance: The moderating role of patriotism. Technium Soc. Sci. J.*, 34, 455.

Irsan, M. (2022). Analisis Efektivitas Pembayaran Pajak Kendaraan bermotor (PKB) Terhadap Penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2), 267–272.

- Jimenez, P., & Iyer, G. S. (2016). *Tax compliance in a social setting: The influence of social norms, trust in government, and perceived fairness on taxpayer compliance*. *Advances in Accounting*, 34, 17–26.
- Karatzimas, S. (2020). *The beneficial role of government accounting literacy in developing participatory citizens*. *Accounting Education*, 29(3), 229–246.
- Kbarek, J. T., Hutadjulu, L. Y., & Seralurin, Y. C. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Kualitas Pelayanan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kota Jayapura). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 16(2), 114–132.
- Kementerian Keuangan. (2022). APBN 2021 Telah Bekerja Keras dan Berkinerja Positif dalam Pengendalian *Covid-19* dan Pemulihan Ekonomi Nasional.
- Kementerian Keuangan. (2023). Menkeu Sampaikan Pokok-Pokok Keterangan Pemerintah atas RUU P2 APBN 2022. <https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/berita/nasional/4172-menkeu-sampaikan-pokok-pokok-keterangan-pemerintah-atas-ruu-p2-apbn-2022.html>
- Kementerian Keuangan. (2025). Kinerja Pendapatan Negara Tahun 2024 Tumbuh Positif. <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Pendapatan-Negara-Tahun-2024-Tumbuh-Positif>
- Kholis, A., & Maisyarah, R. (2021). *The Influence of Taxpayers' Awareness and Compliance in Generating Local Revenue Moderated by the Government: A Case Study on the Government of Regional Mandailing Natal*.
- Khusna, K., & Subandi, H. (2025). *Esg Disclosure, Related Party Transactions, And Executive Characteristics On Tax Avoidance*. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 17(1), 67–83.
- Kim, S. (2010). *Public trust in government in Japan and South Korea: Does the rise of critical citizens matter? Public Administration Review*, 70(5), 801–810.

- Kinanti, K. A., Chandra, Y. A., & Suyono, A. P. (2025). Digital integration in *tax systems: Literature review on enhancing efficiency and ensuring compliance*. *Assets: Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan Dan Pajak*, 9(1), 30–54.
- Kiptum, A., Kapkiyai, C., & Kirui, D. (2024). *Tax Service Quality, Trust in Government and Tax Compliance among Small and Medium Enterprises in North Rift Economic Bloc*. *SEISENSE Journal of Management*, 7(1).
- Kirchler, E. (2007). *The economic psychology of tax behaviour*. Cambridge university press.
- Kirchler, E., Hoelzl, E., & Wahl, I. (2008). *Enforced versus voluntary tax compliance: The “slippery slope” framework*. *Journal of Economic Psychology*, 29(2), 210–225.
- Kirui, D., Kapkiyai, C., & Kipruto, A. (2024). *Tax service quality and tax compliance among small and medium enterprises in North rift economic block, Kenya: a moderated mediation model of government trust and social value orientation*. Kenya: A Moderated Mediation Model of Government Trust and Social Value Orientation (July 20, 2024).
- Kiziltan, M., & Yereli, A. B. (2023). *Evaluating local fiscal capacity and fiscal effort of Turkish local governments: Evidence from spatial panel data analysis*. *Economic Change and Restructuring*, 56(1), 441–472. <https://doi.org/10.1007/s10644-022-09424-1>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Framework for Marketing Management*, A. BoD–Books on Demand.
- Laeni, N., van den Brink, M., & Arts, J. (2021). *Institutional conditions for inclusive, flood resilient urban deltas: A comparative institutional analysis of two international resilience programs in Southeast Asia*. *Water*, 13(18), 2478.
- Lampung Satu Data. (2025). TARGET DAN REALISASI PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) PROVINSI LAMPUNG | Satu Data Lampung.

[https://opendata.lampungprov.go.id/dataset/target-dan-realisisi-
pendapatan-asli-daerah-pad-provinsi-lampung](https://opendata.lampungprov.go.id/dataset/target-dan-realisisi-pendapatan-asli-daerah-pad-provinsi-lampung)

- Lawal, C. I., Friday, S. C., Ayodeji, D. C., & Sobowale, A. (2024). *Strategic framework for transparent, data-driven financial decision-making in achieving sustainable national development goals. International Journal of Advanced Research in Management*, 4(6), 1655–1678.
- Lengaram, E., Ntuli, M., & Mahonye, N. (2025). *Tax effort and capacity in developing countries: Unravelling the impact of the informal economy. Development Southern Africa*, 1–25.
- Lestary, S. R., Sueb, M., & Yudianto, I. (2021). *The effect of tax fairness, tax socialization and tax understanding on tax compliance: A study on micro, small and medium enterprises (MSMEs). Journal of Accounting Auditing and Business*, 4(1), 8.
- Levi, M., & Stoker, L. (2000). *Political trust and trustworthiness. Annual Review of Political Science*, 3(1), 475–507.
- Lorato, T., Sendaba, Y., & Tadesse, T. (2024). *Tax evasion attitude and taxpayers' perception of government legitimacy: evidence from Southern Ethiopia. Cogent Economics & Finance*, 12(1), 2371944.
- Martadinata, I. P. H., & Yasa, I. N. P. (2022). *The Role of Taxpayer Trust and Awareness on Voluntary Compliance: An Experimental Study. JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi)*, 7(2), 184–199.
- Martinez Vázquez, J., Sanz-Arcega, E., & Tránchez Martin, J. M. (2024). *Fiscal aspects of subnational governments. In Handbook on Subnational Governments and Governance (pp. 2–20). Edward Elgar Publishing.*
- Mascagni, G., Scarpini, C., Mukama, D., Santoro, F., & Hakizimana, N. (2025). *The Interpersonal Side of Tax Compliance: Interactions Between Taxpayers and Tax Officials in Rwanda.*
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). *An integrative model of organizational trust. Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.

- Media Keuangan. (2024). Kinerja APBN 2023 Luar Biasa, Capai Target Lebih Cepat dan Sehatkan Ekonomi Nasional. <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/kinerja-apbn-2023-luar-biasa-capai-target-lebih-cepat-dan-sehatkan-ekonomi-nasional>
- Meesala, A., & Paul, J. (2018). *Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 261–269.
- Minh Ha, N., Tan Minh, P., & Binh, Q. M. Q. (2022). *The determinants of tax revenue: A study of Southeast Asia*. *Cogent Economics & Finance*, 10(1), 2026660.
- Mohammed, H., & Tangl, A. (2023). *Taxation perspectives: Analyzing the factors behind viewing taxes as punishment—A comprehensive study of taxes as service or strain*. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(1), 5.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). *The commitment-trust theory of relationship marketing*. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Mustikasari, E. (2007). Kajian empiris tentang kepatuhan wajib pajak badan di perusahaan industri pengolahan di surabaya. *Simposium Nasional Akuntansi X*, 26, 1–42.
- Naslia, F. A. P., & Yulianti, Y. (2024). *Tax fairness and public perception: A comparative literature review*. *Advances in Taxation Research*, 2(2), 97–108.
- Nasution, A. Z., Oktavia, S., Telaumbanua, R. I., Saragih, A. B. B. J., & Sigalingging, K. (2025). PERANAN PAJAK SEBAGAI INSTRUMEN PEMBANGUNAN DAN KEMANDIRIAN FISKAL NEGARA. *Jurnal Inovasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(4).
- Nessipbay, O., Tagabay, B., Serikova, M., Zhagyparova, A., Basshieva, Z., & Sembiyeva, L. (2024). *Analysis of the Impact of tax Administration on the Balance of the State Budget in the Context of the Country's Economic Development*. *Montenegrin Journal of Economics*, 19(3), 235–246.

- Nguvava, H. E., & Sangar, V. J. (2024). *THE INFLUENCE OF TAX SERVICE QUALITY ON PRESUMPTIVE TAXPAYERS' COMPLIANCE IN TANZANIA: A CASE OF ILALA TAX REGION*. *African Journal of Economics and Sustainable Development*, 7(1), 123–138.
- Nurochman, R. M., Permatasari, A., & Rusmanto, W. (2025). *KEUANGAN PUBLIK*. Penerbit Widina.
- Nuryadi, N., Cahyono, D., & Sanosra, A. (2024a). *Influence of Tax Socialization, Services, and Trust on Compliance via Tax Knowledge*. *SENTRALISASI*, 13(3), 218–237.
- Nuryadi, N., Cahyono, D., & Sanosra, A. (2024b). *Influence of Tax Socialization, Services, and Trust on Compliance via Tax Knowledge*. *SENTRALISASI*, 13(3), 218–237.
- OECD. (2019). *Tax and development*. <https://www.oecd.org/en/topics/tax-and-development.html>
- OECD. (2021). *Tax administration*. <https://www.oecd.org/en/topics/tax-administration.html>
- Ojiako, C. I., & Raphael, O. C. (2025). *LOCAL GOVERNMENT FINANCIAL AUTONOMY ACT AND SUSTAINABLE RURAL DEVELOPMENT IN AGUATA LOCAL GOVERNMENT AREA OF ANAMBRA STATE:: ISSUES AND PROSPECTS*. *International Journal of Public Administration and Development Studies*, 2(1), 186–209.
- Olayele, B. F., & Soo, K. T. (2020). *Redistributive fiscal policies and regional economic disparities*. *Cogent Economics and Finance*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2020.1853326>
- Oliver, R. L. (1999). *Whence consumer loyalty?* *Journal of Marketing*, 63(4_suppl1), 33–44.
- Onofrei, M., Oprea, F., Iașu, C., Cojocariu, L., & Anton, S. G. (2022). *Fiscal Decentralization, Good Governance and Regional Development—*

Empirical Evidence in the European Context. Sustainability (Switzerland), 14(12). <https://doi.org/10.3390/su14127093>

Our World in Data. (2024). *Tax revenues as a share of GDP*. <https://ourworldindata.org/grapher/tax-revenues-as-a-share-of-gdp-unwider?tab=line&country=IDN~VNM~MYS~THA~LAO~SGP~PHL~BRN~TLS~MMR~KHM&mapSelect=IDN~VNM~MYS~THA~LAO~SGP~PHL~BRN~TLS~MMR~KHM>

Pamuji, K., Sudrajat, T., Taufiq, M., Legowo, P. S., Baswono, H., Dharmawan, A. R., Ardiyanti, N. P., & Putri, A. A. (2023). *Regional Tax Management Patterns as a Source of Regional Development Financing*. 3rd International Conference on Law, Governance, and Social Justice (ICoLGaS 2023), 637–648.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. 1988, 64(1), 12–40.

Pasichnyi, M., Nepytyaliuk, A., Poliakov, M., Obukhov, R., Khachatryan, V., & Stratiichuk, V. (2025). *FISCAL CAPACITY OF LOCAL AUTHORITIES IN UKRAINE AND THE EU MEMBER-STATES*. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 6(65), 176–190. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.65.2025.4966>

Pierre, J., & Peters, B. (2005). *Governing complex societies: Trajectories and scenarios*. Springer.

Prakash, G. (2019). *Understanding service quality: insights from the literature*. *Journal of Advances in Management Research*, 16(1), 64–90.

Prastiwi, D., & Diamastuti, E. (2023). *Building trust and enhancing tax compliance: The role of authoritarian procedures and respectful treatment in Indonesia*. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(8), 375.

Purnamasari, D., Rengga, A., & Sanga, K. P. (2024). *Pengaruh Faktor Theory of Planned Behavior terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi:(Studi*

Kasus pada KPP Pratama Maumere). MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis, 2(4), 275–301.

Putnam, R. D., Nanetti, R. Y., & Leonardi, R. (1994). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*.

Putra, A., & Mahiswara, A. (2024). *Exploring the Impact of Land and Building Tax (PBB) on Original Regional Income (PAD): A Study in Regional Economics and Fiscal Governance*. *Indonesia Accounting Research Journal*, 11(3), 138–149.

Putra, L. A., Loist, C., Butarbutar, N., Efendi, E., & Sudirman, A. (2023). *The influence of service quality and tax sanctions on taxpayer compliance*. *International Journal of Business, Law, and Education*, 4(2), 952–959.

Rachmawan, R., Sübekti, I., & Adib, N. (2020). *The effect of tax knowledge on relationship of procedural justice perception towards voluntary tax compliance mediated by trust*. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 9(4), 207–213.

Rahayu, Y. N., Setiawan, M., & Troena, E. A. (2017). *The role of taxpayer awareness, tax regulation and understanding in taxpayer compliance*. *Journal of Accounting and Taxation*, 9(10), 139–146.

Rahmadi, Z. T., & Wahyudi, M. A. (2023). *Analysis of the Government's Strategy for the Community as Obey as Taxpayers Case Study: South Jakarta Area*. *Journal of Accounting and Finance in Emerging Economies*, 9(2), 65–70.

Rashid, S. F. A., Ramli, R., Palil, M. R., & Amir, A. M. (2021a). *Improving voluntary compliance using power of tax administrators: The mediating role of trust*. *Asian Journal of Business and Accounting*, 14(2), 101–136.

Rashid, S. F. A., Ramli, R., Palil, M. R., & Amir, A. M. (2021b). *Improving voluntary compliance using power of tax administrators: The mediating role of trust*. *Asian Journal of Business and Accounting*, 14(2), 101–136.

- Reddy, D., Moodley, A., & Olugbara, O. (2024). *Factors informing tax compliance: A meta-analytical study*. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 27(1), 1–11.
- Ricciuti, R., Savoia, A., & Sen, K. (2019). *How do political institutions affect fiscal capacity? Explaining taxation in developing economies*. *Journal of Institutional Economics*, 15(2), 351–380.
- Rondinelli, D. A. (1981). *Government decentralization in comparative perspective: theory and practice in developing countries*. *International Review of Administrative Sciences*, 47(2), 133–145.
- Rönkkö, M., & Cho, E. (2022). *An updated guideline for assessing discriminant validity*. *Organizational Research Methods*, 25(1), 6–14.
- Saad, N. (2014). *Tax knowledge, tax complexity and tax compliance: Taxpayers' view*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 109, 1069–1075.
- Sarpong, S. A., Yeboah, M., Oware, K. M., & Danquah, B. A. (2024). *Effect of taxpayer knowledge and taxation socialization on taxpayer compliance: the mediating role of taxpayer awareness*. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 21, 1217–1227.
- Schmidt, C., & Matthaei, E. (2024). *Conceptualizing fiscal citizenship*. In *Taxation, Citizenship and Democracy in the 21st Century* (pp. 53–81). Edward Elgar Publishing.
- Smoke, P. (2015). *Accountability and service delivery in decentralising environments: Understanding context and strategically advancing reform*. *A Governance Practitioner's Notebook*, 219.
- Sobhkhiz, M. R., Ashrafi, A. M., Mojibi, T., & Otadi, M. (2020). *Impact of accountability on voluntary tax compliance through influencing taxpayers' public trust: a case study*. *Revista Gestão & Tecnologia*, 20, 166–186.
- Solomon, M. R., & Behavior, C. (1994). *Buying, having and being*. London: Prentice Hall.

- Stöhr, W., & Taylor, D. R. F. (1981). *Development from above or below? The dialectics of regional planning in developing countries*.
- Sukezi, S., & Yunaidah, I. (2020). *The effect of tax socialization, superior service, and service quality on taxpayers' satisfaction and compliance*. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 22(3).
- Sukezi, S., & Yunaidah, I. (2020). *The effect of tax socialization, superior service, and service quality on taxpayers' satisfaction and compliance*. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 22(3).
- Svetlozarova Nikolova, B. (2023). *Strengthening the integrity of the tax administration and increasing tax morale*. In *Tax Audit and Taxation in the Paradigm of Sustainable Development: The Impact on Economic, Social and Environmental Development* (pp. 157–180). Springer.
- Swank, D. (2016). *The new political economy of taxation in the developing world*. *Review of International Political Economy*, 23(2), 185–207.
- Talithahandari, A., Askandar, N. S., & Mahsuni, A. W. (2024). Efek Moderasi Pemahaman Pajak pada Hubungan Antara *Theory of Planned Behavior* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *E_ Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 13(01), 472–480.
- Tambun, S. (2016). Antecedent kepatuhan wajib pajak orang pribadi dan moderasi sosialisasi perpajakan. *Media Akuntansi Perpajakan*, 1(1), 11–25.
- Thomas, K. D. (2016). *User-friendly taxpaying*. *Ind. LJ*, 92, 1509.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2009). *Economic development*. Pearson education.
- Torgler, B., Schaffner, M., & Macintyre, A. (2010). *Tax compliance, tax morale, and governance quality*. *Developing Alternative Frameworks for Explaining Tax Compliance*, 141–173.
- Umamah, R., Zuhrah, N., Kurniawan, H., & Nurcahya, W. F. (2024). Pengaruh reformasi dan modernisasi perpajakan terhadap kepatuhan dan penerimaan

pajak di Indonesia. *Journal of Macroeconomics and Social Development*, 1(4), 1–19.

Undang-Undang, R. I. (2014). Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Jakarta.

Wicaksono, M., & Lestari, T. (2017). *Effect of awareness, knowledge and attitude of taxpayers tax compliance for taxpayers in tax service office Boyolali. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 1(01).

Widjaja, W., Ariana, Y., & Michael, M. (2024). *Enhancing Tax Compliance in MSME Tax Reporting: The Role of Tax Awareness, Trust, and Socialization. E-Jurnal Akuntansi*, 34.

Williamson, O. E. (1993). Calculativeness, trust, and economic organization. *The Journal of Law and Economics*, 36(1, Part 2), 453–486.

Wirtz, J., & Zeithaml, V. (2018). *Cost-effective service excellence. Journal of the Academy of Marketing Science*, 46(1), 59–80.

World Bank. (2025). *BEHAVIORAL INSIGHTS TO IMPROVE TAX COMPLIANCE*.

Yusril, M., Handayani, S. R., & Nuzula, N. F. (2015). Pengaruh Administrasi Perpajakan, Kualitas Layanan Fiskus, Terhadap Perilaku Wajib Pajak Dan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Wajib Pajak Badan Di Kantor Pelayanan Pajak Malang Selatan). *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 35–50.

Zainal Abidin, N. Z., Singaravelloo, K., & Azizan, I. S. (2018). *Responsiveness and the influence to public trust: the study on local government service delivery. Journal of Administrative Science*, 15(1).

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2000). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm. (No Title)*.

Zhang, J., Chen, W., Petrovsky, N., & Walker, R. M. (2022). *The expectancy-disconfirmation model and citizen satisfaction with public services: A meta-analysis and an agenda for best practice. Public Administration Review, 82(1), 147–159.*