

Faktor Psikologis yang Mempengaruhi Kepatuhan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor

<u>INFO PENULIS</u>	<u>INFO ARTIKEL</u>
Sinta Rahmi Dewi Universitas Muria Kudus 202260182@std.umk.ac.id	ISSN: 2963-8933 Vol. 5, No. 1 Februari 2026 http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajpp
Nadia Arum Puspitasari Universitas Muria Kudus 202260150@std.umk.ac.id	
Trubus Raharjo Universitas Muria Kudus trubus.rahardjo@umk.ac.id	
Ahmad Faqihuddin Universitas Muria Kudus ahmad.faqihuddin@umk.ac.id	

© 2026 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Dewi, S. R., Puspitasari, N. A., Raharjo, T., & Faqihuddin, A. (2026). Faktor Psikologis yang Mempengaruhi Kepatuhan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor. *Arus Jurnal Psikologi dan Pendidikan*, 5 (1),8-15

Abstrak

Kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk aspek psikologis yang sering kali belum mendapatkan perhatian memadai dalam penelitian sebelumnya. Latar belakang penelitian ini berangkat dari rendahnya kepatuhan sebagian wajib pajak yang tidak hanya disebabkan oleh persoalan administratif, tetapi juga oleh persepsi, pengetahuan, pengalaman layanan, kondisi emosional, dan tingkat *trust* terhadap pemerintah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana faktor psikologis membentuk perilaku kepatuhan wajib pajak dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam terhadap lima informan yang dipilih secara *purposive*, serta observasi untuk memperkuat interpretasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mengenai manfaat pajak, pengalaman positif terhadap layanan *online*, pengetahuan yang memadai, dan pengaruh sosial berkontribusi pada kepatuhan yang stabil, sementara pengalaman layanan yang buruk, stres finansial, dan rendahnya *trust* dapat menurunkan motivasi dan menyebabkan kepatuhan yang fluktuatif atau reaktif. Temuan ini menegaskan pentingnya pendekatan berbasis perilaku dalam upaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Kata Kunci: Kepatuhan Pajak, Faktor Psikologis, Persepsi Wajib Pajak, Layanan Publik, Pajak Kendaraan Bermotor.

Abstract

Tax compliance in the context of motor vehicle taxation is influenced by multiple factors, including psychological dimensions that often receive limited attention in previous studies. This research is grounded in the observation that non-compliance is not solely driven by administrative or financial constraints, but also by perceptions, knowledge levels, service experiences, emotional states, and the degree of trust in government institutions. The study aims to explore in depth how these psychological factors shape taxpayers' decisions to comply with motor vehicle tax obligations. Using a qualitative approach, data were collected through in-depth interviews with five purposively selected informants, supported by observations to strengthen data interpretation. The findings reveal that positive perceptions of tax benefits, satisfactory experiences with online services, adequate tax knowledge, and supportive social environments contribute to stable compliance. In contrast, negative service experiences, financial stress, and low institutional trust tend to decrease motivation, leading to inconsistent or reactive compliance behaviors. These results highlight the necessity of incorporating behavioral perspectives in efforts to enhance taxpayer compliance in motor vehicle taxation.

Key Words: Tax Compliance, Psychological Factors, Taxpayer Perception, Public Service Experience, Motor Vehicle Tax.

A. Pendahuluan

Sistem perpajakan merupakan pilar penting dalam keberlangsungan negara modern, karena berfungsi sebagai sumber utama pembiayaan pembangunan, penyediaan layanan publik, dan penguatan stabilitas ekonomi (Pratiwi & Heriyanto, 2024). Kepatuhan wajib pajak menjadi aspek fundamental yang menentukan efektivitas sistem perpajakan. Ketika masyarakat mematuhi kewajiban perpajakan dengan baik, negara dapat menjalankan berbagai program pembangunan secara berkelanjutan, mulai dari infrastruktur, pendidikan, kesehatan, hingga pelayanan sosial (Ramadhani, 2025). Namun, fenomena ketidakpatuhan tetap menjadi tantangan universal di berbagai negara, baik negara berkembang maupun negara maju, sehingga isu kepatuhan pajak terus menjadi sorotan dalam kajian ekonomi, hukum, administrasi publik, hingga ilmu perilaku (Adiyanti & Maryono, 2023). Secara umum, kepatuhan terhadap pajak dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang saling terkait, meliputi aspek ekonomi, sosial, budaya, struktural, hingga faktor psikologis yang memengaruhi cara individu memandang, menilai, dan merespons kewajiban fiskal (Jelanti et al., 2024). Dalam perspektif ekonomi perilaku, misalnya, kepatuhan pajak tidak hanya dilihat sebagai hasil dari kalkulasi rasional tentang risiko dan manfaat, tetapi juga dipengaruhi oleh emosi, *moral judgment*, persepsi keadilan, kepercayaan (*trust*) terhadap institusi, serta norma sosial yang berlaku dalam Masyarakat (Naingolan, 2024).

Pada level yang lebih luas, tingkat kepatuhan pajak juga mencerminkan kualitas hubungan antara pemerintah dan Masyarakat (Prayudya et al., 2025). Kepercayaan publik terhadap pemerintah sangat memengaruhi ketertiban administratif, termasuk dalam urusan perpajakan. Ketika masyarakat merasa bahwa pemerintah mengelola dana publik secara transparan, adil, dan akuntabel, maka motivasi untuk memenuhi kewajiban perpajakan cenderung meningkat (Dani et al., 2023). Sebaliknya, persepsi negatif terhadap pengelolaan anggaran, seperti terjadinya korupsi atau ketidakefisienan, berpotensi menurunkan kemauan masyarakat untuk membayar pajak. Hal ini sejalan dengan teori *fiscal exchange*, yang menjelaskan bahwa warga akan lebih patuh apabila mereka merasa memperoleh manfaat langsung maupun tidak langsung dari pajak yang dibayarkan (Prayudya et al., 2025). Selain itu, perkembangan teknologi dan layanan digital juga memberikan pengaruh signifikan terhadap pola kepatuhan masyarakat. Transformasi digital dalam layanan publik mampu meningkatkan efisiensi, kecepatan, dan kenyamanan dalam proses pembayaran pajak, sehingga mengurangi hambatan birokrasi yang sering kali menjadi alasan klasik ketidakpatuhan (Muliana et al., 2025).

Perkembangan sosial dan budaya masyarakat turut membentuk pola perilaku wajib pajak (Mustika et al., 2025). Norma sosial, opini lingkungan sekitar, dan pengaruh kelompok sangat menentukan bagaimana individu mengambil keputusan mengenai kewajiban perpajakan (Oktrivina et al., 2024). Dalam masyarakat dengan tingkat kolektivitas tinggi, keputusan untuk taat pajak sering kali dipengaruhi oleh contoh perilaku orang-orang terdekat, baik keluarga, teman, maupun tokoh Masyarakat (Sarifudin et al., 2025). Konsep *social influence* menjelaskan

bahwa perilaku kepatuhan dapat terbentuk karena dorongan untuk menyesuaikan diri dengan kebiasaan yang dianggap benar oleh kelompok sosial (Widyasari & Wijaya, 2024). Selain itu, faktor pendidikan dan pengetahuan juga memainkan peran penting. Individu yang memiliki pemahaman memadai mengenai fungsi pajak, alur pembayaran, serta risiko sanksi cenderung lebih patuh dibandingkan mereka yang minim informasi (Sari, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa literasi pajak merupakan salah satu komponen penting dalam meningkatkan tingkat kepatuhan masyarakat secara umum (Cahyani et al., 2021).

Aspek psikologis menjadi salah satu faktor yang tidak dapat diabaikan dalam memahami fenomena kepatuhan pajak (Pramesty & Rosyadi, 2022). Kajian dalam psikologi sosial menunjukkan bahwa persepsi, emosi, pengalaman masa lalu, serta tingkat stres seseorang mampu memengaruhi perilaku kepatuhan terhadap aturan, termasuk aturan perpajakan (Samela et al., 2024). Ketika seseorang memiliki persepsi positif terhadap proses administrasi, merasa dihargai oleh institusi, dan memiliki pengalaman layanan yang memuaskan, maka kemungkinan untuk memenuhi kewajiban pajak dengan sukarela akan semakin tinggi (Febriana et al., 2024). Sebaliknya, pengalaman buruk seperti pelayanan tidak ramah, antrean panjang, atau sistem yang menyulitkan dapat menimbulkan frustrasi, sehingga menurunkan keinginan untuk membayar pajak (Sahri, 2023). Faktor motivasi internal juga sangat menentukan, terutama yang berkaitan dengan nilai moral, tanggung jawab sosial, dan rasa memiliki terhadap negara (Putra & Merkusiwati, 2025). Konsep *tax morale* menjelaskan bahwa dorongan moral untuk berkontribusi kepada negara dapat memengaruhi keputusan individu, bahkan ketika insentif atau risiko eksternal tidak terlalu signifikan (Ningsih et al., 2025).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor tidak hanya dipengaruhi aspek administratif, tetapi juga dipengaruhi unsur psikologis dan persepsi individu. Studi (Pratiwi & Heriyanto, 2024) menegaskan bahwa kepatuhan dipengaruhi faktor internal seperti persepsi, motivasi, serta kondisi psikologis wajib pajak yang turut membentuk perilaku pembayaran. Penelitian (Adiyanti & Maryono, 2023) juga mengungkap bahwa variabel pemahaman pajak, persepsi kemudahan layanan, dan sikap terhadap kewajiban fiskal berperan signifikan dalam menentukan kepatuhan di Kabupaten Pati. Penelitian (Jelanti et al., 2024) menyoroti peran *love of money*, tingkat pengetahuan perpajakan, serta kesadaran wajib pajak sebagai penentu perilaku membayar pajak, sekaligus menegaskan bahwa dinamika psikologis wajib pajak dapat memoderasi efek layanan publik seperti *Samsat corner*. Keseluruhan penelitian tersebut memperlihatkan bahwa faktor psikologis memiliki ruang penting, namun masih belum banyak dikaji secara mendalam sebagai variabel utama.

Permasalahan yang muncul dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor adalah rendahnya kepatuhan masyarakat akibat interaksi kompleks antara faktor psikologis, persepsi terhadap pemerintah, motivasi internal, serta pengalaman pribadi terkait pelayanan. Banyak wajib pajak memiliki pengetahuan terbatas mengenai manfaat pajak maupun risiko ketidakpatuhan, sehingga persepsi yang terbentuk sering kali tidak mendukung perilaku patuh. Selain itu, persepsi negatif terhadap efektivitas penggunaan dana pajak dapat memunculkan rasa skeptis dan berujung pada *avoidance behavior*. Tekanan sosial, urgensi finansial, dan respons emosional terhadap sanksi sering kali lebih dominan dibandingkan kesadaran internal, menyebabkan kepatuhan bersifat sementara dan reaktif. Kompleksitas ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kebijakan fiskal dan perilaku psikologis wajib pajak yang belum terpetakan secara komprehensif.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis secara mendalam bagaimana faktor psikologis memengaruhi kepatuhan dalam membayar pajak kendaraan bermotor, termasuk peran persepsi, pengetahuan, motivasi, norma sosial, serta pengalaman wajib pajak. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi mekanisme psikologis yang bekerja di balik keputusan wajib pajak untuk patuh atau tidak patuh, serta mengevaluasi sejauh mana variabel psikologis tersebut berkontribusi dibandingkan faktor administratif dan ekonomis. Pendekatan ini diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang lebih utuh tentang karakteristik perilaku wajib pajak, sekaligus memberikan dasar empiris bagi pengembangan strategi edukasi, peningkatan kualitas layanan, dan pendekatan komunikasi publik yang lebih efektif.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan mendesak untuk meningkatkan kepatuhan pajak kendaraan bermotor melalui pendekatan yang lebih humanis dan berbasis perilaku. Sektor pajak daerah sangat bergantung pada kepatuhan masyarakat, dan ketidakpatuhan dapat berdampak pada menurunnya pendapatan asli daerah, terganggunya perencanaan anggaran, serta berkurangnya kualitas layanan publik. Meski kebijakan berupa sanksi dan digitalisasi layanan terus dikembangkan, banyak temuan menunjukkan bahwa tanpa memahami faktor psikologis wajib pajak, intervensi kebijakan cenderung kurang optimal.

Novelty penelitian ini terletak pada fokus eksplisit terhadap dimensi psikologis sebagai variabel utama dalam menjelaskan kepatuhan pajak kendaraan bermotor, bukan sekadar variabel tambahan seperti yang sering terlihat pada penelitian sebelumnya. Penelitian ini tidak hanya menilai pengaruh faktor psikologis secara parsial, tetapi juga mengkaji hubungan antar variabel psikologis dalam perilaku wajib pajak. Selain itu, penelitian ini menghadirkan perspektif baru dengan menggabungkan kajian persepsi publik, motivasi intrinsik, norma sosial, dan pengalaman layanan sebagai satu model terpadu yang mampu menjelaskan pola perilaku wajib pajak secara lebih komprehensif.

B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali secara mendalam dinamika psikologis yang memengaruhi kepatuhan pembayaran pajak kendaraan bermotor dengan menempatkan pengalaman, persepsi, dan motivasi individu sebagai pusat analisis. Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap lima informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu wajib pajak yang memiliki pengalaman berbeda dalam membayar pajak, meliputi mereka yang selalu patuh, pernah menunggak, hingga yang bergantung pada layanan digital *Samsat*. Setiap informan diwawancarai secara semi-terstruktur untuk memungkinkan eksplorasi bebas terhadap aspek-aspek psikologis seperti persepsi manfaat pajak, tingkat kesadaran, tekanan sosial, pengalaman dengan layanan publik, serta respons emosional terhadap sanksi atau aturan fiskal. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik *thematic analysis* dengan tahapan pengkodean, kategorisasi, dan penarikan pola-pola tematik untuk mengidentifikasi keterkaitan antar variabel psikologis. Seluruh proses analisis dilakukan secara berulang untuk memastikan kedalaman makna, konsistensi temuan, serta *trustworthiness* melalui triangulasi sumber dan konfirmasi informan agar hasil penelitian mencerminkan kondisi nyata serta mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai perilaku kepatuhan wajib pajak.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil

Gambaran umum penelitian ini berfokus pada eksplorasi faktor psikologis yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor dengan menempatkan pengalaman individual, persepsi, motivasi, serta dinamika sosial sebagai elemen utama yang membentuk perilaku fiskal masyarakat. Penelitian dilakukan melalui pendekatan kualitatif yang memungkinkan penggalian makna secara mendalam dari setiap informan, sehingga mampu menangkap keragaman cara pandang wajib pajak terhadap kewajiban pembayaran pajak, manfaat yang mereka rasakan, persepsi terhadap pemerintah, serta respons emosional yang muncul terkait sanksi, denda, atau kemudahan layanan. Fokus penelitian tidak hanya pada pemahaman konseptual, namun juga pada bagaimana pengalaman nyata seperti interaksi dengan petugas, kemudahan akses layanan *online*, tekanan sosial dalam keluarga atau komunitas, serta tingkat pengetahuan pajak membentuk keputusan untuk patuh maupun menunda pembayaran. Dengan melibatkan lima informan dari latar belakang perilaku kepatuhan berbeda, penelitian ini menggambarkan kompleksitas psikologis yang memengaruhi keputusan pembayaran pajak kendaraan bermotor secara komprehensif dan kontekstual.

Tabel 1. Karakteristik Informan

Informan	Usia	Jenis Kelamin	Status Kepatuhan Pajak	Pola Pembayaran	Pengalaman Layanan
I1	32	Laki-laki	Selalu patuh	Tepat waktu setiap tahun	Sering menggunakan layanan <i>online</i>
I2	45	Perempuan	Sering terlambat	Menunda hingga mendekati batas akhir	Pernah mengalami antrean panjang di loket
I3	28	Laki-laki	Pernah menunggak	Membayar setelah terkena denda	Baru mencoba layanan <i>Samsat corner</i>
I4	38	Perempuan	Patuh situasional	Tergantung kondisi finansial	Menilai pelayanan ramah namun tidak

15	50	Laki-laki	Tidak stabil	Kadang tepat waktu, kadang menunda	konsisten Terpengaruh pengalaman buruk sebelumnya
----	----	-----------	--------------	------------------------------------	--

Analisis tabel menunjukkan bahwa karakteristik informan memperlihatkan variasi perilaku kepatuhan yang dipengaruhi oleh usia, pengalaman layanan, serta persepsi subjektif terhadap proses pembayaran pajak. Informan yang memiliki pengalaman positif dengan layanan digital seperti I1 cenderung menunjukkan kepatuhan tinggi, sementara informan seperti I2 dan I5 memperlihatkan perilaku tidak stabil akibat pengalaman buruk seperti antrean panjang atau pelayanan yang dianggap tidak memadai. Kondisi finansial juga menjadi variabel penting, terlihat pada I4 yang menunjukkan kepatuhan situasional bergantung kestabilan ekonomi. Selain itu, pengalaman terkena denda seperti pada I3 menciptakan perubahan motivasi yang bersifat reaktif, bukan berbasis kesadaran. Variasi ini menegaskan bahwa faktor psikologis termasuk persepsi manfaat, kenyamanan layanan, rasa percaya, serta pengalaman emosional memegang peranan besar dalam membentuk keputusan wajib pajak untuk patuh atau menunda pembayaran.

Tabel 2. Hasil Observasi Penelitian

Aspek yang Diobservasi	Temuan Utama	Indikasi Psikologis	Dampak terhadap Kepatuhan
Persepsi manfaat pajak	Sebagian informan merasa manfaat pajak tidak terlihat secara langsung	Muncul rasa ragu dan rendahnya <i>trust</i>	Menurunkan motivasi membayar tepat waktu
Pengalaman layanan	Layanan <i>online</i> dianggap cepat, tetapi layanan loket sering menimbulkan keluhan	Emosi negatif (<i>frustration</i> , jenuh) terhadap sistem	Layanan buruk membuat informan cenderung menunda pembayaran
Kesadaran dan pengetahuan	Informan yang paham fungsi pajak menunjukkan sikap lebih positif	Muncul motivasi intrinsik dan rasa tanggung jawab	Meningkatkan kepatuhan jangka panjang
Pengaruh sosial	Dorongan keluarga dan lingkungan cukup berpengaruh pada informan tertentu	Tekanan sosial dan kebutuhan menyesuaikan diri	Kepatuhan meningkat karena adanya norma kelompok
Respons terhadap sanksi	Informan yang pernah terkena denda menjadi lebih berhati-hati	Muncul rasa takut melanggar aturan (<i>fear appeal</i>)	Kepatuhan bersifat sementara dan reaktif
Kondisi emosional	Stres finansial membuat beberapa informan menunda pembayaran	Emosi negatif memengaruhi prioritas ekonomi	Kepatuhan menjadi tidak stabil

Hasil observasi memperlihatkan bahwa perilaku kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh kombinasi faktor psikologis yang saling berkaitan, terutama persepsi, emosi, dan pengalaman langsung terhadap layanan. Informan yang merasa manfaat pajak tidak jelas cenderung memiliki tingkat *trust* rendah terhadap pemerintah, yang akhirnya menurunkan motivasi untuk membayar tepat waktu. Sebaliknya, pengalaman layanan yang baik terutama layanan *online* menumbuhkan emosi positif dan meningkatkan efisiensi, sehingga mendorong perilaku patuh. Observasi juga menunjukkan bahwa pengetahuan pajak merupakan fondasi penting bagi munculnya motivasi intrinsik, sementara pengaruh sosial dan *fear appeal* dari sanksi bekerja sebagai pendorong eksternal yang sifatnya lebih situasional. Faktor emosional seperti stres finansial terbukti memengaruhi prioritas wajib pajak dalam memenuhi kewajiban fiskalnya.

Tabel 3. Hasil Wawancara Mendalam

Informan	Pernyataan Utama	Makna Psikologis yang Tersirat	Implikasi terhadap Kepatuhan
I1	"Saya selalu bayar tepat waktu karena layanan <i>online</i> praktis dan tidak perlu antre."	Kepuasan layanan menumbuhkan emosi positif dan persepsi kemudahan	Kepatuhan stabil dan bersifat <i>internal driven</i>

I2	“Kalau ke loket sering lama, jadi kadang saya tunda dulu sampai benar-benar sempat.”	Emosi negatif (<i>frustration</i>) akibat pengalaman buruk	Kepatuhan menurun karena persepsi layanan yang tidak nyaman
I3	“Waktu kena denda, saya baru sadar pentingnya bayar tepat waktu.”	<i>Fear appeal</i> memicu perubahan perilaku sementara	Kepatuhan muncul pasca sanksi, bukan kesadaran intrinsik
I4	“Kalau kondisi keuangan lagi ketat, saya pilih kebutuhan lain dulu.”	Pengaruh stres finansial terhadap pengambilan keputusan	Kepatuhan bersifat situasional dan fluktuatif
I5	“Saya kurang yakin uang pajak dikelola dengan baik, jadi kadang malas bayar.”	Rendahnya <i>trust</i> terhadap pemerintah	Kepatuhan rendah karena persepsi manfaat tidak terlihat

Analisis tabel 3 menunjukkan bahwa setiap informan memiliki dinamika psikologis yang berbeda dalam membentuk perilaku kepatuhan pajak, di mana persepsi, pengalaman, dan kondisi emosional memainkan peran dominan. Informan I1 memperlihatkan bahwa kemudahan layanan *online* mampu menciptakan emosi positif yang mendorong kepatuhan secara konsisten, sedangkan I2 menunjukkan bahwa pengalaman layanan yang tidak optimal dapat menimbulkan *frustration* dan mengarah pada penundaan pembayaran. I3 mengungkap bahwa sanksi dan denda dapat memunculkan *fear appeal* yang efektif namun hanya bersifat sementara dan tidak berdasar pada kesadaran intrinsik. I4 memperlihatkan bahwa stres finansial menggeser prioritas pembayaran, membuat kepatuhan menjadi situasional. Terakhir, I5 menegaskan bahwa rendahnya *trust* terhadap pemerintah berdampak langsung pada motivasi rendah untuk membayar pajak, terutama ketika manfaat pajak dianggap tidak nyata.

2. Pembahasan

Peran Persepsi, Pengetahuan, dan Kepercayaan dalam Membentuk Kepatuhan Wajib Pajak

Pembahasan mengenai faktor psikologis yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak pembayaran pajak kendaraan bermotor menunjukkan bahwa persepsi, pengetahuan, serta tingkat kepercayaan warga terhadap pemerintah memiliki peran sentral. Berdasarkan hasil observasi, sebagian informan menunjukkan persepsi yang beragam tentang manfaat pajak. Ada informan yang menyatakan bahwa ia tidak merasakan dampak langsung dari pembayaran pajak terhadap fasilitas publik yang digunakan. Kondisi ini terlihat dari temuan observasi bahwa sebagian besar wajib pajak memiliki persepsi manfaat yang rendah, sehingga muncul keraguan mengenai kontribusi nyata pembayaran pajak. Pandangan tersebut mengarah pada munculnya ketidakpercayaan atau *trust deficit*, yang kemudian memengaruhi motivasi internal. Dalam psikologis, rendahnya kepercayaan akan menurunkan orientasi kepatuhan intrinsik karena wajib pajak memandang kewajiban fiskal sebagai sesuatu yang tidak memberikan keuntungan personal maupun sosial yang jelas.

Temuan wawancara semakin memperlihatkan kedalaman aspek psikologis yang membentuk persepsi negatif tersebut. Informan I5, misalnya, menyatakan: “*Saya kurang yakin uang pajak dikelola dengan baik, jadi kadang malas bayar.*” Kutipan tersebut menunjukkan hubungan langsung antara persepsi negatif terhadap efektivitas pengelolaan pajak dan kecenderungan untuk menunda kewajiban. Secara psikologis, kondisi ini mencerminkan fenomena *dissonance*, di mana wajib pajak merasa tidak mendapat imbal hasil yang sepadan sehingga motivasi untuk patuh menjadi lemah. Selain itu, pernyataan I5 juga menegaskan bahwa ketika manfaat pajak tidak terlihat secara nyata, muncul kecenderungan skeptis dan *avoidance behavior*, yang telah dibuktikan melalui observasi bahwa persepsi negatif mengarah pada pembentukan perilaku tidak patuh secara konsisten.

Pengetahuan perpajakan berperan penting dalam mendorong persepsi positif. Informan yang memiliki pemahaman baik mengenai alur penggunaan pajak, fungsi pajak bagi pembangunan, serta risiko yang muncul akibat ketidakpatuhan cenderung menunjukkan tingkat kepatuhan lebih tinggi. Dari hasil observasi, ditemukan bahwa mereka yang memiliki tingkat kesadaran tinggi menunjukkan motivasi intrinsik yang kuat untuk membayar pajak tepat waktu karena memandang pajak sebagai bagian dari kontribusi sosial. Hal ini juga tercermin dalam wawancara dengan informan I1, yang menyebutkan: “*Saya selalu bayar tepat waktu karena layanan online praktis dan tidak perlu antri.*” Meskipun kutipan ini berfokus pada

kemudahan layanan, wawancara menunjukkan bahwa I1 memiliki pengetahuan memadai tentang proses perpajakan serta kesadaran akan manfaatnya.

Selain itu, faktor kepercayaan juga saling terkait erat dengan persepsi dan tingkat pengetahuan. Ketika wajib pajak merasa bahwa pemerintah menyediakan pelayanan yang baik, adil, dan transparan, mereka akan lebih cenderung menilai sistem perpajakan secara positif. Hasil observasi menunjukkan bahwa pengalaman layanan mempengaruhi tingkat kepercayaan: layanan *online* yang efisien meningkatkan *trust*, sedangkan layanan loket yang lambat dan memunculkan *frustration* menurunkan kepercayaan terhadap institusi perpajakan. Kondisi emosional wajib pajak yang terpicu oleh pengalaman layanan juga membentuk persepsi jangka panjang mereka. Informan I2, misalnya, menyampaikan: *"Kalau ke loket sering lama, jadi kadang saya tunda dulu sampai benar-benar sempat."* Pernyataan ini menggambarkan bahwa aspek emosional seperti kesal atau jenuh terhadap pelayanan yang buruk dapat menurunkan motivasi untuk patuh meskipun individu mengetahui kewajiban membayar pajak.

Dampak Pengalaman Layanan, Emosi, dan Kondisi Sosial terhadap Keputusan Membayar Pajak

Subbab ini membahas bagaimana pengalaman layanan (*service experience*), emosi yang muncul selama proses pembayaran, serta pengaruh sosial membentuk keputusan wajib pajak dalam menjalankan kewajiban fiskal. Berdasarkan observasi lapangan, pengalaman layanan fisik dan digital memiliki dampak besar terhadap perilaku kepatuhan. Layanan *online* terbukti memberikan kenyamanan karena mengurangi waktu antre, meminimalkan kontak langsung, serta memungkinkan pembayaran tanpa hambatan geografis. Hal ini menjadi pendorong bagi wajib pajak yang sebelumnya enggan membayar di loket. Namun, sebaliknya, layanan loket yang tidak optimal dengan antrean panjang, petugas kurang responsif, atau sistem yang lambat menimbulkan emosi negatif seperti jengkel dan frustrasi. Emosi ini terbukti menurunkan minat untuk membayar pajak tepat waktu.

Wawancara dengan informan I1 memperkuat temuan observasi tersebut, dengan kutipan: *"Saya selalu bayar tepat waktu karena layanan online praktis dan tidak perlu antre."* Kutipan ini menunjukkan bahwa pengalaman layanan digital tidak hanya mempermudah proses administratif, tetapi juga menciptakan kondisi psikologis yang positif, seperti rasa nyaman dan efisiensi, yang kemudian berdampak pada peningkatan motivasi dalam membayar pajak. Sebaliknya, wawancara dengan informan I2 mengungkapkan bahwa layanan fisik yang tidak efisien menjadi penyebab utama perilaku menunda, yang ia nyatakan melalui kutipan: *"Kalau ke loket sering lama, jadi kadang saya tunda dulu sampai benar-benar sempat."* Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa persepsi kemudahan layanan sangat mempengaruhi kepatuhan, dan ketika layanan dipandang tidak ramah pengguna, emosi negatif berkembang dan menghambat perilaku patuh.

Selain pengalaman layanan, kondisi emosional juga memiliki kontribusi besar terhadap perilaku wajib pajak. Emosi positif seperti rasa puas atau nyaman meningkatkan kecenderungan patuh, sementara emosi negatif seperti stres, frustrasi, atau keraguan menurunkannya. Informan I4 menunjukkan bagaimana kondisi emosional yang dipicu situasi finansial mempengaruhi prioritas pembayaran pajak. Ia menyatakan: *"Kalau kondisi keuangan lagi ketat, saya pilih kebutuhan lain dulu."* Di sini tampak bahwa stres finansial mempengaruhi keputusan wajib pajak untuk menunda pembayaran, meskipun mereka memahami risiko atau konsekuensi keterlambatan. Temuan observasi juga mengonfirmasi bahwa stres berkaitan langsung dengan keputusan untuk menunda, terutama pada mereka yang berpenghasilan tidak stabil.

Pengaruh sosial juga menjadi faktor penting dalam pembentukan perilaku kepatuhan. Observasi menunjukkan bahwa norma sosial dalam keluarga atau komunitas mempengaruhi keputusan wajib pajak. Ketika lingkungan memiliki budaya patuh pajak, individu cenderung mengikuti pola tersebut. Sebaliknya, lingkungan yang permisif terhadap keterlambatan memunculkan perilaku serupa. Meskipun wawancara tidak memberikan kutipan eksplisit terkait tekanan sosial, respons tidak langsung dari beberapa informan menunjukkan bahwa keputusan mereka terhubung dengan lingkungan terdekat. Misalnya, I3 menyatakan: *"Waktu kena denda, saya baru sadar pentingnya bayar tepat waktu."* Pernyataan ini tidak hanya menunjukkan efek sanksi, tetapi juga menggambarkan bagaimana pengalaman yang menimpa individu dapat menjadi referensi sosial bagi orang terdekatnya.

Efek emosional dari sanksi fiskal juga berperan dalam pembentukan perilaku. Informan I3 menunjukkan bahwa denda menciptakan *fear appeal* yang cukup kuat untuk mendorong perilaku patuh, meskipun bersifat sementara. Observasi menunjukkan bahwa rasa takut

terhadap sanksi cukup efektif untuk meningkatkan kepatuhan, tetapi tidak membangun kesadaran jangka panjang. Dalam psikologi, kondisi ini dikenal sebagai kepatuhan berbasis kontrol eksternal, yang cenderung hilang ketika ancaman tidak lagi dirasakan.

Pengalaman buruk terhadap layanan publik dapat memunculkan ketidakpercayaan yang mengarah pada penghindaran pajak. Temuan observasi pada informan yang pernah mengalami ketidakkonsistenan pelayanan memperlihatkan adanya kecenderungan menunda kewajiban, terutama ketika layanan tidak sesuai harapan. Hal ini terlihat dari pernyataan I4 yang menyebutkan bahwa pengalaman dengan pelayanan yang tidak konsisten membuatnya merasa kurang dihargai sebagai wajib pajak. Kondisi ini memperlihatkan bahwa kualitas layanan publik tidak hanya berdampak pada proses teknis, tetapi juga pada kondisi psikologis yang membentuk persepsi jangka panjang.

D. Kesimpulan

Kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor merupakan proses psikologis yang kompleks dan dipengaruhi oleh interaksi antara persepsi, pengetahuan, pengalaman layanan, kondisi emosional, serta faktor sosial yang menyertai kehidupan wajib pajak. Persepsi tentang manfaat pajak, tingkat *trust* terhadap pemerintah, dan pemahaman mengenai fungsi serta alur pembayaran pajak menjadi fondasi utama yang dapat memperkuat ataupun melemahkan motivasi untuk patuh. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa pengalaman layanan baik *online* maupun tatap muka memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan emosi dan sikap wajib pajak; layanan yang cepat, jelas, dan efisien memunculkan kenyamanan dan mendorong kepatuhan yang stabil, sementara pengalaman negatif seperti antrean panjang, sistem tidak konsisten, atau pelayanan kurang ramah dapat memicu *frustration* dan mengarah pada penundaan. Selain itu, kondisi emosional seperti stres finansial terbukti menggeser prioritas kewajiban, menjadikan kepatuhan bersifat situasional, sedangkan pengaruh sosial dan pengalaman terkena sanksi membentuk kepatuhan yang reaktif namun tidak berkelanjutan.

E. Referensi

- Adiyanti, Y. A., & Maryono, M. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Kabupaten Pati. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 14(02), 296–305.
- Cahyani, N. M. M. A., Yuesti, A., & Bhagawati, D. A. S. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Dengan Sanksi Pajak Sebagai Variabel Moderasi Pada Masa Covid-19 (Studi Pada Desa Padangsembian Kaja). *KARMA (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(5), 1495–1505.
- Dani, U., Qalbi, M. N., & Mulyadi, A. I. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Motor Di Desa Sengka*. Issue.
- Febriana, L. A., Zaman, B., & Kurniawan, A. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor di Kantor Samsat Pare Kabupaten Kediri Jawa Timur Tahun 2024. *Jurnal Akuntansi*, 13(2), 179–197.
- Jelanti, D., Sari, I. R., & Winingrum, S. P. (2024). Pengaruh Love of Money, Pengetahuan Perpajakan, dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 441–451.
- Muliana, S., Herawati, A., & Firmansyah, M. (2025). Analisis Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Di Samsat Maros. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1 Februari), 36–47.
- Mustika, A., Azis, F., & Afiah, N. (2025). Analisis Determinan Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Pada Kantor Samsat Kabupaten Bulukumba. *BJRM (Bongaya Journal For Research in Management)*, 9(1), 48–57.
- Nainggolan, E. P. (2024). Pemetaan Faktor Kesadaran, Pengetahuan, dan Sanksi dalam Meningkatkan Kepatuhan Pajak Kendaraan Bermotor. *Mandiri: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 24–30.
- Ningsih, N. R., Marlina, L., & Fatmayanti, F. (2025). Pengaruh Kesadaran Masyarakat Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor: Studi Empiris Di Kabupaten Nagas Raya. *Jurnal Riset Dan Pengabdian Interdisipliner*, 2(3), 675–685.

- Oktrivina, A., Sinaga, L., & Hayadi, A. F. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, sanksi pajak dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 21(2), 177–186.
- Pramesty, D. A., & Rosyadi, M. E. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Bayar Pajak Pada Pajak Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal Akuntansi Tsm*, 2(1), 355–372.
- Pratiwi, R. A., & Heriyanto, H. (2024). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor di Kantor Samsat Soreang. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 139–150.
- Prayudya, R. G., Nursanty, I. A., & Setiawati, E. (2025). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Penghasilan, dan Kesadaran Wajib Pajak Kendaraan Bermotor terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Kabupaten Lombok Utara. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 4(3), 1407–1416.
- Putra, A. D., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2025). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 188–200.
- Ramadhani, A. (2025). *Pengaruh Love Of Money, Moralitas Pajak, Gender Dan Esamsat Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Samsat Ogan Ilir Tahun 2021-2025*. 021008 Universitas Tridinanti.
- Sahri, A. S. R. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. *Kompak: Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 16(2), 244–248.
- Samela, N., Siringoringo, W., & Hotang, K. B. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Roda Dua Di Kota Bekasi. *Jurnal Akuntansi Dan Audit Tri Bhakti*, 3(1), 45–59.
- Sari, F. A. P. (2025). *Peran Pengetahuan, Kesadaran, Layanan Samsat Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sanksi Pajak Dan Persepsi Keadilan Sebagai Variabel Moderasi: Studi Pada Perpajakan Kendaraan Bermotor Di Kabupaten Pekalongan*. UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Sarifudin, S., Samsudin, S., & Sumarni, S. (2025). Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor yang Menggunakan Aplikasi E-Samsat Delivery. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(4), 626–635.
- Widyasari, P. A., & Wijaya, Y. A. N. (2024). Kepatuhan Pajak Kendaraan Bermotor Roda Dua Di UPPD SAMSAT MARTAPURA Dari Sudut Pandang Pengetahuan Pajak Serta Persepsi Moral Dan Sanksi Pajak. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 51–64.