

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi sikap dan niat pemilik UMKM kuliner untuk melakukan (atau tidak melakukan) kecurangan pajak restoran. Faktor-faktor tersebut adalah intensitas moral (*moral intensity*), persepsi keadilan (*fairness perception*), dan kendali perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) tentang penerapan alat *tapping box* pada usaha restoran. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif survei pada 64 responden yang memenuhi kriteria sampel penelitian (*purposive sampling*). Untuk menguji hipotesis, penelitian ini menggunakan *partial least square – structural equation modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik UMKM kuliner pada dasarnya mengenali seluruh komponen intensitas moral dalam kecurangan pajak restoran, merasakan kecurangan pajak restoran tidak adil bagi korban (pemerintah daerah), merasakan penerapan alat *tapping box* sebagai faktor yang menghambat kinerja kecurangan pajak restoran, menilai kecurangan pajak restoran sebagai perilaku tidak etis, serta berniat untuk tidak melakukan kecurangan pajak restoran. Namun, besaran konsekuensi (*magnitude of consequences*) yang dirasakan oleh pemilik UMKM kuliner dalam kecurangan pajak restoran terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap mereka untuk melakukan (atau tidak melakukan) kecurangan pajak restoran. Selain itu, persepsi keadilan dan kendali perilaku persepsian masing-masing terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mereka untuk melakukan (atau tidak melakukan) kecurangan pajak restoran.

Temuan ini mengindikasikan bahwa pemilik UMKM kuliner akan cenderung menilai etis kecurangan pajak restoran ketika mereka merasakan bahaya (kerugian) yang diakibatkan oleh perilaku tersebut kecil. Mereka akan cenderung berniat melakukan kecurangan pajak restoran ketika mereka menilai etis perilaku tersebut dan merasakan perilaku tersebut adil bagi korban (pemerintah daerah). Mereka juga akan cenderung berniat untuk melakukan kecurangan pajak restoran

meskipun mereka merasakan bahwa penerapan alat *tapping box* dapat menghambat kinerja perilaku tersebut.

Implikasi praktis penelitian ini adalah pengambil kebijakan di bidang pendapatan daerah diharapkan agar ketika menyusun sistem pengendalian intern maupun pengendalian kecurangan yang lebih spesifik dapat menaruh perhatian pada pengaruh besaran konsekuensi, persepsi keadilan, dan kendali perilaku persepsian terhadap sikap dan niat wajib pajak restoran dalam kecurangan pajak restoran. Implikasi teoretis penelitian ini adalah menambah bukti empiris bagi penelitian yang berkaitan dengan proses pengambilan keputusan dan perilaku etis, serta secara khusus bagi pengaruh intensitas moral dalam kecurangan pajak restoran yang selama ini belum banyak diteliti. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengarahkan fokusnya pada penyelidikan terhadap faktor-faktor yang memengaruhi sikap dan niat petugas pajak melakukan kecurangan pajak restoran sehingga akan melengkapi temuan dalam penelitian ini.

Terakhir, meskipun tidak dihipotesiskan, penelitian ini juga mengevaluasi efek mediasi dan efek moderasi dari pengaruh konstruk eksogen terhadap konstruk endogen. Hasil evaluasi efek mediasi menunjukkan bahwa besaran konsekuensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat melalui sikap sebagai konstruk pemediasi. Hasil evaluasi efek moderasi menunjukkan bahwa karakteristik atau latar belakang responden tidak terbukti sebagai variabel pemoderasi.

Kata kunci:

kecurangan pajak restoran, pemilik UMKM kuliner, intensitas moral, persepsi keadilan, kendali perilaku persepsian, sikap, niat

Abstract

The purpose of this study is to examine the factors that influence the attitudes and intentions of culinary MSME owners to commit (or not to commit) restaurant tax fraud. These factors are moral intensity, fairness perception, and perceived behavioral control regarding to the application of tapping box in the restaurant business. This study used a quantitative survey research method on 64 respondents who met the research sample criterias. The hypotheses of this study are tested by using Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

The results show that culinary MSME owners basically recognize all components of moral intensity in restaurant tax fraud, perceive restaurant tax fraud is unfair to the victim (the local government), perceive the application of the tapping box as a factor impeding performance of restaurant tax fraud, judge restaurant tax fraud as unethical behavior, and intend not to commit restaurant tax fraud. However, the magnitude of consequences in restaurant tax fraud perceived by culinary MSME owners proved to have a positive and significant effect toward their attitude to commit (or not to commit) restaurant tax fraud. In addition, fairness perception and perceived behavioral control each proved to have a positive and significant effect toward their intention to commit (or not to commit) restaurant tax fraud.

These findings indicate that culinary MSME owners will be more likely to judge the restaurant tax fraud to be ethical when they believe the harm (loss) resulting from the behavior is small. They will be more likely to commit restaurant tax fraud when they judge the behavior to be ethical and believe the behavior is fair to the victim (the local government). They will be more likely to commit the restaurant tax fraud even though they perceive that the application of the tapping box can impede the performance of the behavior.

The findings could have some implications for local revenue policy makers because this study provides empirical observations about the antecedents of Indonesian culinary MSME owners' attitudes and intentions toward the restaurant tax fraud. They are expected to pay attention to the influence of magnitude of

consequences, perceived fairness, and perceived behavioral control toward attitudes and intentions of restaurant tax fraud when they develop internal control systems and more specific fraud controls. The theoretical implications of this research are to add empirical evidence to research related to ethical decision making processes, as well as specifically to the effect of moral intensity in restaurant tax fraud, which so far has not been widely studied.

Finally, although not hypothesized, this study also evaluates the mediating and moderating effects of exogenous constructs on endogenous constructs. The results of the mediation effect evaluation show that the magnitude of consequence has positive and significant effect toward intention through attitude as a mediating construct. The results of the evaluation of the moderating effect show that the characteristics or background factors of the respondents are not proven to be moderating variables.

Keywords:

restaurant tax fraud, culinary MSME owner, moral intensity, fairness perception, perceived behavioral control, attitude, intention