

**PENGARUH SOSIALISASI PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK, DAN PERSEPSI WAJIB PAJAK MENGENAI PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 46 TAHUN 2013 TENTANG PAJAK PENGHASILAN FINAL UMKM TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK
(Studi Kasus pada Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Bantul)**

***THE EFFECT OF TAX SOCIALIZATION, AWARENESS OF TAXPAYER, AND TAXPAYER'S PERCEPTION ABOUT GOVERNMENT REGULATION NUMBER 46 YEAR 2013 ON INCOME TAX FINAL OF MSMEs TOWARD TAXPAYER'S OBEDIENCE
(Case Study on MSMEs Taxpayer in Regency of Bantul)***

**ADITYA MUKTI SETIAWAN
20110420154**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2018**

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh sosialisasi pajak, kesadaran Wajib Pajak, dan persepsi Wajib Pajak mengenai Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan final Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Pengambilan data menggunakan metode *convenience sampling* kepada Wajib Pajak UMKM yang tersebar di Kabupaten Bantul. Jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 120 dan yang dapat diolah sebanyak 104 kuesioner.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan SPSS versi 16.0. Hasil pengujian penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, sosialisasi pajak, kesadaran Wajib Pajak, dan Persepsi Wajib Pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Kata kunci: Sosialisasi pajak, kesadaran Wajib Pajak, Persepsi Wajib Pajak, dan kepatuhan Wajib Pajak, UMKM, Pajak Penghasilan final.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, setiap sendi kehidupan bernegara pasti memerlukan pendanaan untuk kelangsungan hidup masyarakatnya. Pajak merupakan sumber dana utama negara yang diperoleh dari warga negaranya kemudian digunakan untuk kepentingan khalayak. Sarana transportasi, kesehatan, pendidikan, dan pertahanan keamanan merupakan contoh sektor yang didanai oleh pajak. Menurut Leroy Beaulieu (1958) pajak adalah bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung yang dipaksakan oleh kekuasaan publik dari penduduk atau dari barang untuk menutup belanja pemerintah.

Indonesia mempunyai potensi besar dalam pemasukan di berbagai sektor pajak. Salah satu sektor pajak yang sangat berpotensi bagi Indonesia datang dari pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM:

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah usaha produktif yang dimiliki orang perorangan atau badan usaha tetapi bukan merupakan anak perusahaan maupun cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunannya.

Semakin pesatnya pertumbuhan UMKM di Indonesia tidak diiringi dengan semakin besarnya pemasukan pajak penghasilan dari sektor ini. Kelompok usaha ini terbukti telah mampu memberikan kontribusi kepada negara melalui Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan ekspor. Kontribusi UMKM terhadap PDB yaitu 55,6%, dan dapat menyerap tenaga kerja sebesar 96,18% . Nilai investasi UMKM sebesar 52,9% dengan kinerja ekspor non migas sebesar 20,2% (Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, 2009).

Kabupaten Bantul merupakan daerah yang paling punya potensi pendapatan sektor pajak dari UMKM. Data yang diperoleh dari Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Bantul per 2016, dari total 32.000 UMKM di Kabupaten Bantul, sebanyak 25.000 pelaku usaha sudah memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak). Jumlah tersebut masih sangat potensial jika dibandingkan jumlah UMKM di Kabupaten Sleman yang total berjumlah 27.119 dan Kota Yogyakarta sebanyak 26.500 pelaku usaha.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian-uraian pada latar belakang masalah sebagaimana yang telah dikemukakan di atas, maka penulis dalam penelitian ini menerapkan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak?
2. Apakah kesadaran Wajib Pajak berpengaruh pada kepatuhan Wajib Pajak?
3. Apakah persepsi Wajib Pajak UMKM atas PP Nomor 46 Tahun 2013 berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Menguji pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak.
2. Menguji pengaruh kesadaran Wajib Pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak.
3. Menguji pengaruh persepsi Wajib Pajak UMKM atas PP Nomor 46 Tahun 2013 terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bagi pengembangan ilmu di bidang akuntansi, khususnya perpajakan.
 - b. Bagi para peneliti, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Account Representative, semoga hasil ini dapat digunakan sebagai masukan positif dalam melakukan tugas Undang-undang Perpajakan.
 - b. Bagi mahasiswa, semoga hasil ini dapat dijadikan bahan pembelajaran khususnya di bidang mata kuliah perpajakan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Atribusi

Teori atribusi merupakan teori yang berkaitan dengan bagaimana individu menginterpretasikan peristiwa-peristiwa dan bagaimana ini berkaitan dengan pemikiran dan perilaku mereka. Teori atribusi menyatakan bahwa setelah individu mengamati perilaku orang lain, maka individu tersebut akan mencoba menentukan apakah perilaku ini ditimbulkan secara internal atau eksternal (Robbins, 1996). Perilaku yang dipercaya ada di bawah kendali pribadi individu itu sendiri yang disebabkan oleh pengaruh internal, perilaku yang dipengaruhi faktor situasi dan lingkungan adalah perilaku yang disebabkan secara eksternal.

Ada tiga hal yang menentukan dalam pembentukan faktor internal atau eksternal (Robbins, 1996). Pertama adalah konsensus, yaitu ketika semua orang yang ada dalam situasi tertentu memiliki respon atau tanggapan serupa dengan seseorang yang dalam situasi yang sama yang sedang dialami. Kedua yaitu kekhasan atau kekhususan, adalah perilaku yang ditunjukkan oleh seseorang akan serupa pada situasi lain atau hanya pada situasi yang serupa saja. Ketiga adalah konsistensi, yaitu ketika seseorang merespon dengan perilaku yang sama terhadap peristiwa yang terjadi, ini menunjukkan bahwa orang tersebut memiliki pengaruh internal yang kuat dalam menanggapi sesuatu (Robbins, 1996).

Teori ini menjelaskan bahwa adanya keterkaitan yang ditimbulkan dari proses penilaian dalam diri seseorang terhadap sesuatu atau peristiwa yang datang dari luar kemudian mempengaruhi kesadaran dan persepsi individu itu sendiri. Wajib Pajak akan menilai apakah sosialisasi pajak yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak berhasil atau tidak dalam menumbuhkan kesadaran positif dan menimbulkan persepsi yang baik terhadap aturan pajak yang dibuat. Kesan yang baik itulah yang kemudian akan meningkatkan kepatuhan para Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajibannya.

2. Teori Persepsi

Persepsi merupakan buah pemikiran seseorang terhadap suatu peristiwa atau kejadian tertentu yang dialami atau terjadi di masyarakat.

“Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita” (Baron dan Paul 1991 dalam Setyaningsih dan Ridwan 2013). Dalam buku Mulyana (2000:167) Wenburg dan Wilmot mengartikan persepsi sebagai cara organisme memberi makna. Persepsi pajak berarti buah dari menafsirkan atas pemikiran Wajib Pajak terhadap perpajakan atau aturan pajak, dalam hal ini Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013.

Robbins (1996) menjelaskan faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap persepsi seseorang terhadap suatu objek diluar dari faktor individu, yaitu:

a. Objek

Objek yang semakin besar, jelas dan mudah dipahami tentu akan begitu berpengaruh terhadap persepsi individu. Begitupun dengan tingkat intensitas objek yang dipersepsikan, semakin sering ditunjukkan suatu objek maka akan semakin mudah untuk dipersepsikan. Sedangkan jika objek tersebut semakin dipertentangkan maka akan semakin menarik perhatian individu.

b. Situasi

Kondisi suatu lingkungan yang dipersepsikan oleh individu dapat berupa hal apapun yang tampak dan dapat dirasakan. Keadaan seperti kondisi cuaca, panas atau dingin, ramai atau sepi, serta waktu yang digunakan oleh individu untuk mempersiapkan objek tersebut.

B. Penelitian Terdahulu dan Penurunan Hipotesis

1. Pengaruh Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Rohmawati, Prasetyono, dan Rimawati (2013), semakin tinggi intensitas sosialisasi perpajakan yang dilakukan maka akan semakin tinggi tingkat kepatuhan Wajib Pajak. Dengan adanya sosialisasi pajak berarti Wajib Pajak akan lebih mengetahui mengenai peraturandan tata cara perpajakan, maka Wajib Pajak akan melaksanakan kewajiban dan hak perpajakannya.

Menurut hasil penelitian Puspitasari (2014), bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Serta penelitian Yohannah (2012) tentang Tinjauan Atas Sosialisasi Peraturan Perpajakan dan Kinerja *Account Representative* dalam upaya Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak mendapatkan hasil negatif, yaitu kurangnya

kesadaran dan penolakan Wajib Pajak untuk memahami perpajakan dan memenuhi kewajiban perpajakannya. Menurut Rohmawati, Prasetyono, dan Rimawati (2013) peningkatan tingkat kepatuhan wajib pajak dapat dilakukan dengan cara meningkatkan intensitas sosialisasi perpajakan.

Maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak

2. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Manusia dikatakan memiliki kesadaran baik jika kondisi fisik dan psikisnya dalam keadaan normal sehari-hari. Menurut Freud (1933/1964), kesadaran merupakan satu-satunya tingkat kehidupan mental yang secara langsung tersedia bagi manusia. Pengertian kesadaran adalah bagian kecil dari jalannya kehidupan psikis makhluk hidup, sehingga hubungan atau perbandingan antara kesadaran dan ketidaksadaran dalam kehidupan lebih banyak dilalui dengan ketidaksadaran. Menurut Jatmiko (2006) salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak adalah kesadaran Wajib Pajak itu sendiri atas fungsi dan manfaat pajak bagi pembiayaan negara.

Menurut hasil penelitian Muliari dan Setiawan (2011), semakin tingkat pemahaman dan pelaksanaan waib pajak yang semakin baik dan dapat meningkatkan kepatuhan membayar pajak. Penelitian dari Asri (2009), menemukan bahwa kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Munari (2005) menyatakan kesadaran Wajib Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂ : Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak

3. Pengaruh Persepsi Wajib Pajak UMKM atas PP Nomor 46 Tahun 2013 terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Masyarakat akan mempunyai persepsi yang berbeda-beda mengenai pajak itu sendiri. Masyarakat tentunya mempunyai sikap yang berlainan terhadap jumlah terhutang pajak, ada yang merasa keberatan namun ada pula yang menganggap wajar. Apabila Wajib Pajak mempunyai persepsi yang baik, tentunya akan patuh dalam membayar pajak. Menurut Baron dan Paulus (1991:34), persepsi dibangun dari pengalaman seseorang atas yang dipersepsikan tersebut baik itu dari penafsiran, rangsangan atau lingkungan yang akan mempengaruhi perilaku

atau sikap. Persepsi individu yang baik atas peraturan perpajakan akan menimbulkan kesan positif, sehingga individu akan ikut berpartisipasi dalam memenuhi kewajibannya sebagai Wajib Pajak. Menurut Krech (dalam Thoha, 2001:124) persepsi adalah suatu proses kognitif yang kompleks dan menghasilkan suatu gambaran unik tentang kenyataan yang barangkali berbeda dari kenyataannya.

Hasil penelitian Imaniati (2016) menunjukkan persepsi Wajib Pajak tentang penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 46 tahun 2013 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Yogyakarta. Hasil penelitian Burhan (2015) menyatakan bahwa persepsi Wajib Pajak atas Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 berpengaruh positif dan signifikan. Namun penelitian Setyaningsih dan Ridwan (2014) menemukan ada kecenderungan Wajib Pajak UMKM untuk melakukan negosiasi pajak meskipun belum memahami perpajakan secara umum baik pajak yang bersifat final dan tidak final. Maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃ : Persepsi Wajib Pajak UMKM atas PP Nomor 46 tahun 2013 berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel

Penelitian ini mengambil lokasi di Kabupaten Bantul. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua Wajib Pajak yang sudah terdaftar di KPP Pratama Kabupaten Bantul. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak UMKM.

B. Jenis Penelitian, Sumber Data dan Jenis Data

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dua atau lebih variabel sehingga dinamakan penelitian asosiatif (Sugiyono, 2010). Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang didapatkan dari sumbernya secara langsung dalam hal ini responden. Pengambilan data primer menggunakan wawancara atau kuisioner atau wawancara. Apabila dilihat dari jenis datanya maka penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka atau mempunyai skala numerik (Kuncoro, 2009). Keunggulan data kuantitatif dibandingkan kualitatif yaitu bisa dilakukan proses statistik. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner merupakan data

kualitatif, agar bisa mendapatkan data kuantitatif harus menggunakan skala *likert*.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non probabilitas atau non random, yaitu teknik *convenience sampling*. Teknik ini digunakan untuk memperoleh sampel sesuai dengan keinginan, tujuan maupun kenyamanan bagi peneliti (Kuncoro, 2009). Metode ini digunakan karena dari segi biaya dan waktu yang diperlukan sangat minimal.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik untuk pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Menurut Sugiyono (2008:199) “Angket atau kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”. Asumsi dasar yang digunakan dalam angket adalah responden merupakan orang-orang yang mengerti terhadap apa yang dilakukan oleh dirinya sendiri sehingga pernyataan yang diungkapkan bisa dipercaya dan benar. Kuesioner dibuat berdasarkan teori-teori yang ada serta mengacu pada peneliti sebelumnya. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung yaitu membagikan angket kepada responden. Pembagian kuesioner dapat dilakukan di kantor KPP Pratama Bantul atau mendatangi responden di tempat usahanya atau dirumahnya. Disamping menggunakan kuesioner, peneliti juga membutuhkan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan Wajib Pajak UMKM.

E. Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala likert yang telah dimodifikasi sebagai skala pengukuran

Tabel 3.1 Skala Pengukuran

No	Skala pengukuran	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

F. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan Wajib Pajak yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku seseorang terhadap kewajiban membayar pajak. Siat dan Toly (2013) mengukur kepatuhan Wajib Pajak dengan menggunakan empat indikator yaitu:

- 1) Wajib Pajak paham atau berusaha memahami ketentuan
- 2) Mengisi formulir pajak
- 3) Menghitung dengan benar
- 4) Membayar pajak terutang

2. Sosialisasi Pajak

Sosialisasi pajak atau sosialisasi perpajakan adalah suatu upaya dari Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan pengertian, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat pada umumnya dan Wajib Pajak pada khususnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan (Puspitasari, 2013). Kuesioner sosialisasi pajak mengacu pada penelitian Ningrum (2014) dengan menggunakan dua indikator.

- 1) Menyukai sosialisasi pajak
- 2) Mengikuti penyuluhan pajak

3. Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran pajak adalah kemauan Wajib Pajak untuk membayar pajak tanpa ada paksaan atau tekanan dari manapun. Kuesioner kesadaran Wajib Pajak pada penelitian ini bersumber dari Kundalini (2012) dengan menggunakan tiga indikator yaitu:

- 1) Persepsi Wajib Pajak
- 2) Pengetahuan perpajakan
- 3) Karakteristik Wajib Pajak

4. Persepsi Wajib Pajak atas Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013

Persepsi Wajib Pajak atas PP No 46 tahun 2013 adalah interpretasi Wajib Pajak terhadap PP No 46 tahun 2013 tentang pajak penghasilan final UMKM. Kuesioner persepsi Wajib Pajak bersumber pada penelitian Burhan (2015) dengan menggunakan dua indikator yakni:

- 1) Setuju dengan PP No 46 Tahun 2013
- 2) Pembayaran pajak sederhana

G. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui dan mengungkapkan data dengan tepat juga harus memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut. Uji validitas dimaksud untuk melihat konsisten variabel independen dengan apa yang akan diukur, selain itu untuk mengetahui seberapa jauh alat pengukur dapat memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti sehingga menunjukkan dengan sebenarnya objek yang akan diukur, dengan demikian diharapkan kuesioner yang digunakan dapat berfungsi sebagai alat pengumpul data yang akurat dan dapat dipercaya. Tipe validitas yang dipergunakan dalam uji validitas ini adalah validitas konstruk, tipe ini mengkorelasikan nilai item dengan nilai total. Apabila koefisien korelasinya menunjukkan signifikan (lebih kecil dari $\alpha = 5\%$) maka instrumen yang digunakan adalah valid (Ghozali, 2011).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang, konsisten, apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Uji reliabilitas instrumen penelitian dalam menggunakan koefisien *Cronbach's alpha*. Apabila nilai *alpha* lebih besar dari 0,6 menunjukkan instrumen penelitian tersebut reliabel atau handal (Ghozali, 2011).

H. Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menunjukkan gambaran secara statistik data. Penelitian ini menggunakan statistik data untuk mengetahui nilai minimum atau nilai terendah, nilai maksimum atau nilai tertinggi, mean atau rata-rata sampel dan standard deviasi atau simpangan rata-rata sampel tersebut.

b. Uji Asumsi Klasik

1). Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data sampel yang diambil dari populasi. Data yang baik tersebar secara merata atau berdistribusi normal. Alat uji yang dipakai untuk uji normalitas adalah *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Pengujian normalitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai *sig. Unstandardized Residual* dengan tingkat kesalahan. Apabila

nilai *sig* lebih besar dari 5% , maka data residual menyebar secara normal, namun pabila nilai *sig* kurang dari 5%, makadata residual menyebar secara tidak normal (Ghozali, 2011).

2). Uji Multikolinearitas

Model regresi yang baik terhidar dari gejala multikolinearitas artinya variabel bebas dalam penelitian tidak saling berkorelasi. Apabila terdapat korelasi yang besar antar variabel bebas dapat mengakibatkan model regresi menjadi tidak tepat atau bias. Alat uji yang digunakan untuk men deteksi adanya gejala multikolinearitas dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factors* (VIF). Apabila nilai VIF kurang dari 10 maka model regresi terhidadar dari gejala multikolinearitas, sebaliknya apabila nilai VIF lebih besar dari 10 maka antar variabel bebas terdapat nilai korelasi yang besar (Ghozali, 2011).

3). Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas digunakan untuk menganalisis apakah dalam model regresi ada gejala ketidaksamaan atau kesamaan *variance residual*. Uji heteroskedastisitas mempunyai beebberapa alat uji, namun penelitian ini menggunakan uji *glesjer*. Penentuan ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dengan cara membandingkan nilai *sig* dengan tingkat kesalahan 5%. Apabila nilai *sig* pada setiap variabel bebas lebih 5%, maka variabel tersebut terbebas dari gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

2. Uji Hipotesis

a. Regresi Linear Berganda

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Ada tiga variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu sosialisasi perpajakan, kesadaran Wajib Pajak dan persepsi Wajib Pajak, dan satu variabel terikat kepatuhan Wajib Pajak. Uji hipotesis yang tepat untuk tujuan penelitian ini adalah regresi linear berganda atau *multiple regression*. Model regresi linear berganda dapat dijelaskan dalam persamaan berikut ini:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y	=	kepatuhan Wajib Pajak
b_0	=	konstanta
b_1 - b_3	=	koefisien regresi
X_1	=	sosialisasi pajak
X_2	=	kesadaran Wajib Pajak
X_3	=	persepsi Wajib Pajak atas PP No 46 Th 2013
e	=	error

b. Uji Koefisien Determinansi (*Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi menunjukkan sejauh mana pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat, dan nilai koefisien determinasi berkisar dari 0 sampai 1. Nilai koefisien determinasi yang besar tau mendekati angka 1 mengindikasikan bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat. Sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi kecil atau mendekati angka 0 kecil menandakan variabel bebas semakin tidak bisa menjelaskan variabel terikat.

c. Uji Nilai F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara simultan atau bersama-sama. Uji nilai F ini dilakukan dengan menggunakan nilai signifikansi. Apabila nilai *sig* kurang 0,05 maka ada pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

d. Uji Nilai t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh yang nyata terhadap variabel dependen. Penilaian uji t juga menggunakan nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen, namun apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Tabel 4.1
Analisis Pengembalian Kuesioner

Kuesioner	Jumlah	Persen (%)
Jumlah disebarikan	120	100,00
Jumlah kembali	112	96,25
Diisi tidak lengkap	8	3,13
Total	104	93,13

Sumber: Hasil olah data, lampiran 3

Kuesioner yang dapat diolah selanjutnya ditabulasikan berdasarkan karakteristik dan variabel penelitian. Karakteristik responden yang ada pada penelitian ini yaitu mencakup pendidikan terakhir responden, usia responden serta penghasilan dalam sebulan.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan terakhir responden Wajib Pajak yang paling rendah SMP dan tertinggi pasca sarjana. Karakteristik responden menurut tingkat pendidikan terakhir dapat dijelaskan berikut ini.

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Frekuensi	Persen (%)
SMP	7	6,7
SMA	15	14,4
Diploma	52	50,0
Sarjana	19	18,3
Pascasarjana	11	10,6
Total	104	100,0

Sumber: Hasil olah data, lampiran 4

Wajib Pajak yang paling banyak menjadi responden mempunyai tingkat pendidikan terakhir Diploma atau sederajat (50,0%). Sedangkan Wajib Pajak berpendidikan Sekolah Menengah Pertama (6,7%) merupakan responden yang paling sedikit menjadi Wajib Pajak.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Peneliti membagi usia responden menjadi empat kelompok umur yang masing-masing berjarak 10 tahun. Keempat kelompok usia tersebut adalah usia kurang dari 30 tahun, usia 31 sampai 40 tahun, usia 41 sampai 50 tahun dan usia lebih dari 50 tahun. Deskripsi 104 responden penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persen (%)
< 30 tahun	12	11,5
30 - 40 tahun	29	27,9
41 - 50 tahun	35	33,7
>50 tahun	28	26,9
Total	104	100,0

Sumber: Hasil olah data, lampiran 4

Sebagian besar responden berusia 41 – 50 tahun dengan 55 orang atau 33,7%. Responden dengan usia 30 sampai 40 tahun (27,9%) hampir sama jumlahnya dengan usia lebih dari 50 (26,9%). Sedangkan usia responden kurang dari 30 tahun (11,5%) merupakan kelompok responden dengan persentase yang paling sedikit.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Peneliti mengategorikan penghasilan responden menjadi tiga kelompok yaitu responden yang mempunyai penghasilan kurang dari Rp 2.500.000,- perbulan, kemudian responden berpenghasilan Rp 2.500.000,- sampai Rp 5.000.000,- perbulan dan terakhir responden dengan penghasilan lebih dari Rp 5.000.000,- perbulan. Kelompok responden berdasarkan penghasilan perbulan disajikan dalam Tabel 4.4.

Tabel 4.4

Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Frekuensi	Persen (%)
< Rp 2.500.000,-	13	12,5
Rp 2.500.000,- s/d Rp 5.000.000,-	51	49,0
> Rp 5.000.000,-	40	38,5
Total	104	100,0

Sumber: Hasil olah data, lampiran 4

Tabel 4.4 tersebut di atas menerangkan bahwa sebagian besar responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini mempunyai penghasilan Rp 2.500.000,00 sampai Rp 5.000.000,00 perbulan (51 orang atau 49,0%). Kemudian responden dengan penghasilan di atas Rp 5.000.000,00 sebanyak 38,5% dan paling sedikit mempunyai penghasilan kurang dari Rp 2.500.000,- sebanyak 12,5%.

B. Statistik Deskriptif

Peneliti membagi analisis deskriptif menjadi dua yaitu teoritis (prakiraan) dan hasil sesungguhnya. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran kisaran, rata-rata dan standard deviasi dari variabel dependen (kepatuhan wajib) dan variabel independen (sosialisasi, kesadaran dan persepsi Wajib Pajak). Apabila nilai standar deviasi lebih besar dari rata-rata maka akan ada masalah dalam data tersebut.

Tabel 4.5
Statistik Deskriptif

Variabel	Kisaran teoritis	Kisaran sesungguhnya	Rata-rata kisaran	Rata-rata sesungguhnya	Standard deviasi
Sosialisasi	5 – 25	8 - 22	15	14,76	3,161
Kesadaran	10 – 50	17 – 41	30	28,23	5,801
Persepsi	5 – 25	6 – 24	15	14,31	3,949
Kepatuhan	8 – 40	13 – 34	24	23,25	4,344

Sumber: Hasil olah data, lampiran 4

Tabel 4.5 memperlihatkan nilai rata-rata variabel sosialisasi sebesar 14,76 dan standar deviasi 3,161. Nilai rata-rata sesungguhnya mendekati rata-rata kisaran berarti sosialisasi termasuk dalam kategori cukup. Variabel kesadaran memiliki nilai rata-rata sebesar 28,23 dan standar deviasi 5,801. Nilai rata-rata mendekati kisaran berarti kesadaran dalam penelitian ini termasuk dalam kategori cukup. Variabel persepsi memiliki rata-rata sebesar 14,31 dengan standar deviasi 3,949. Nilai rata-rata mendekati kisaran berarti persepsi yang baik tentang pajak dalam penelitian ini termasuk dalam kategori cukup. Variabel kepatuhan Wajib Pajak memiliki rata-rata sebesar 23,25 dengan standar deviasi 4,314. Nilai rata-rata mendekati kisaran berarti kepatuhan Wajib Pajak dalam penelitian ini termasuk dalam kategori cukup.

E. Analisis Data dan Hasil Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel sosialisasi, kesadaran, dan persepsi Wajib Pajak dalam penelitian ini kemudian dirumuskan dengan analisis regresi linear berganda dan apakah berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Hasil perhitungan analisis regresi linear berganda tersaji dalam Tabel 4.11 berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koef. B	Beta	<i>t-value</i>	<i>p-value</i>
Konstanta	5,288		2,474	0,015
Sosialisasi	0,439	0,320	3,747	0,000
Kesadaran	0,222	0,296	3,923	0,000
Persepsi	0,364	0,331	3,915	0,000
Adj R ²	0,424			
Fstatistik	26,272			
<i>p-value</i>	0,000	(F-stat)		

Sumber: Hasil olah data, lampiran 4

Hasil perhitungan regresi linear berganda di atas dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

$$\text{Kepatuhan} = 5,288 + 0,439\text{Sosialisasi} + 0,222\text{Kesadaran} + 0,364\text{Persepsi}$$

2. Uji Nilai F

Hasil perhitungan Uji F pada Tabel 4.11 diperoleh *p-value* (0,000) < α (0,05) yang berarti terdapat pengaruh positif variabel-variabel sosialisasi pajak, kesadaran Wajib Pajak dan persepsi Wajib Pajak secara bersama-sama terhadap variabel kepatuhan Wajib Pajak.

3. Uji Nilai t

a. Hasil uji hipotesis pertama

Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien variabel sosialisasi sebesar 0,439 (positif) dengan *p-value* (0,000) < α (0,05) sehingga kesimpulan yang dapat diambil yaitu sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak, sehingga hipotesis pertama diterima.

b. Hasil uji hipotesis kedua

Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien variabel kesadaran Wajib Pajak sebesar 0,222 (positif) dengan *p-value* (0,000) < α (0,05) sehingga kesimpulan yang dapat diambil yaitu

kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak, sehingga hipotesis kedua diterima.

c. Hasil uji hipotesis ketiga

Hipotesis terakhir tentang pengaruh persepsi Wajib Pajak UMKM atas PP Nomer 46 tahun 2013 terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien variabel persepsi Wajib Pajak UMKM sebesar 0,364 (positif) dengan *p-value* $(0,000) < \alpha (0,05)$ sehingga kesimpulan yang dapat diambil yaitu persepsi Wajib Pajak UMKM atas PP Nomer 46 tahun 2013 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak, sehingga H_3 dapat diterima

4. Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel 4.11 Nilai *Adjusted R square* adalah 0,424 itu dapat diartikan bahwa 42,4% variasi kepatuhan Wajib Pajak dapat dijelaskan oleh variabel-variabel sosialisasi, kesadaran dan persepsi Wajib Pajak, sedangkan sisanya sebesar 57,6% dijelaskan variabel lain di luar model.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Hasil analisis dan pembahasan terhadap pengaruh sosialisasi pajak, kesadaran Wajib Pajak, dan persepsi Wajib Pajak tentang PP Nomor 46 Tahun 2013 terhadap kepatuhan Wajib Pajak, maka dapat ditraik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien variabel sosialisasi sebesar 0,439 (positif) dengan *p-value* $(0,000) < \alpha (0,05)$. Ada pengaruh positif dan signifikan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak.
2. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien variabel kesadaran Wajib Pajak sebesar 0,222 (positif) dengan *p-value* $(0,000) < \alpha (0,05)$. Ada pengaruh positif dan signifikan kesadaran Wajib Pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak.
3. Hipotesis terakhir tentang pengaruh persepsi Wajib Pajak UMKM atas PP Nomer 46 tahun 2013 terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien variabel persepsi Wajib

Pajak UMKM sebesar 0,364 (positif) dengan $p\text{-value}$ $(0,000) < \alpha$ $(0,05)$. Ada pengaruh positif dan signifikan persepsi Wajib Pajak UMKM atas PP Nomor 46 Tahun 2013 terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, S. 1776. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Renaissance Editions.
- Baron, R. A., dan Paulus, P. B. 1991. *Understanding Human Relations: A Practical Guide to People at Work*. Boston: Allyn and Bacon.
- Basalamah, Anies S. 2008. *Perilaku Organisasi Memahami dan Mengelola Aspek Humaniora dalam Organisasi*. Edisi Tiga. Depok: Usaha Kami.
- Burhan, H.P. 2015. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, Persepsi Wajib Pajak tentang Sanksi Pajak dan Implementasi PP Nomor 46 Tahun 2013 Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Empiris pada Wajib Pajak di Kabupaten Banjarnegara). *Skripsi* Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Fidel, 2008. *Pajak Penghasilan*, Cet. Pertama, Jakarta: Carofin Publishing
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Hoult, Thomas Ford.1958. *The Sociology of Religion*, Volume 838. Dryden Press. *Univerity of Virginia*.
- Hutagaol, J., Winarno, W. W., & Pradipta, A. (2007). *Strategi Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak*. *Jurnal Akuntabilitas*, 6(2), 186-193.
- Imaniati, Z.Z. 2016. Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Tentang Penerapan PP No. 46 Tahun 2013, Pemahaman Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Yogyakarta. *Skripsi Akuntansi*, UNY, Yogyakarta.
- Jatmiko, Agus Nugroho. 2006. Pengaruh Sikap Wajib Pajak Pada Pelaksanaan Sanksi Denda, Pelayanan Fiskus dan Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Tesis* Universitas Diponegoro, Semarang.
- Jogiyanto, H. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Kuncoro, M. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Penerbit. Erlangga.
- Kundalini, P. 2016. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Pelayanan Pegawai Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kabupaten Temanggung Tahun 2015. *Skripsi Akuntansi*, UNY, Yogyakarta.
- Leroy-Beaulieu, Paul. "On Taxation in General." *Classics in the Theory of Public Finance*. Palgrave Macmillan, London, 1958. 152-164.
- Lubis, A.K. 2011. *Akuntansi Keperilakuan*. Edisi 2. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Muliari, NK dan Setiawan, P.E. 2011. Pengaruh Persepsi tentang Sanksi Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak pada Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 6 (1) : 1-23
- Mulya, A. (2012). "Multiple Input-Output Analysis on The Performance Evaluation of Regional Tax Offices in Indonesia." Indonesian University.
- Mulyana, Deddy. 2000. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Munari. 2005. "Pengaruh Faktor *Tax Payer* Terhadap Keberhasilan Penerimaan Pajak Penghasilan (Studi Kasus KPP Baru, MAlang)". *Jurnal Eksekutif*, Vol. 2, No. 2.
- Ningrum, D.P. 2014. Pengaruh Kesadaran, Pemahaman Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Penerapan *Self Assessment System* dan Kemauan Membayar Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Kota Kudus. *Skripsi Universitas Muria Kudus, Kudus*.
- Nurmantu, Safri. 2005. *Pengantar Perpajakan*. Edisi Ketiga. Granit, Jakarta.
- Puspitasari, N. A. 2014. Analisis Sosialisasi Peraturan Perpajakan Dalam Upaya Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Timur I Surabaya). *Skripsi*. Universitas Airlangga. Surabaya.
- Rachman, Fatwa Rubiar. *Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Survey terhadap Account Representative pada KPP Pratama di Kota Bandung)*. Diss. Fakultas Ekonomi Unpas, 2015.

- Rahayu, S.K. 2010. *Perpajakan Indonesia*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Republik Indonesia, Kementerian Keuangan. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 544/KMK.04/2000 tentang Kriteria Wajib Pajak Yang Dapat Diberikan Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak. 2000.
- Republik Indonesia, Kementerian Keuangan. Direktorat Jenderal Pajak. 2011. *Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor SE-98/PJ/2011 tentang Pedoman Penyusunan Rencana Kerja dan Laporan Kegiatan Penyuluhan Perpajakan Unit Vertikal Di Lingkungan Direktorat Jenderal Pajak*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pajak.
- Republik Indonesia, Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. 2009. "Data UMKM". Diakses 2016. www.depkop.go.id/pdf-viewer/?p=uploads/tx_rtgfiles/sandingan_data_umkm_2009-2010.pdf
- Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
- Republik Indonesia, Undang-undang Nomor 16 Tahun 2000 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan.
- Republik Indonesia, Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Pasal 1 Ayat 1.
- Republik Indonesia, Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Ritcher Jr, 1987. An Econometrics Analysis of Income Tax Evasion and Its Detection. *RAND Journal of Economics*, Vol. 22 No. 1, p. 14 – 35
- Robbins, James M., and Laurence J. Kirmayer. "Transient and persistent hypochondriacal worry in primary care." *Psychological medicine* 26.3 (1996): 575-589.
- Rohmawati, L, Prasetyono, Rimawati, Y. 2013. Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Tingkat Kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak." *Prosiding Simposium Nasional Perpajakan 4*.

- Rustiyaningsih, S. 2011, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak. *Widya Warta*, No.2, Tahun XXXV.
- Setyaningsih, T dan Ridwan, A. 2014. Persepsi Wajib Pajak UMKM TERHADAP Kecenderungan Negosiasi Kewajiban Membayar Pajak Terkait Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013. *Prosiding Simposium Nasional Perpajakan 4*.
- Siat, C.C dan Toly, A.A. 2013. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dalam Memenuhi Kewajiban Membayar Pajak di Surabaya. *Tax & Accounting Review*, Vol.1, No.1.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeda, Bandung.
- Thoha, Miftah, 2001, *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Widiastuti D, Astuti , E.A. dan Susilo, H. 2014. Pengaruh Sosialisasi, Motivasi, dan Pemahaman Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Pengusaha Kena Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara). *Jurnal Mahasiswa Perpajakan* Vol 3, No 1.
- Winerungan, Oktaviane Lidya. "Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan WPOP Di KPP Manado dan KPP Bitung." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1.3 (2013).
- Yohannah, E. 2012. Tinjauan Atas Sosialisasi Peraturan Perpajakan dan Kinerja *Account Representative* dalam upaya Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus KPP Pratama Jakarta Pademangan). *Skripsi* Fakultas Ekonomi UI, Jakarta.