



**PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEMAUAN
MEMBAYAR PAJAK DENGAN SOSIALISASI PERPAJAKAN SEBAGAI
VARIABEL MODERATING**

**(STUDI EMPIRIS TERHADAP WAJIB PAJAK BADAN UMKM YANG
TERDAFTAR DI KPP PRATAMA JEMBER)**

SKRIPSI

Oleh :

Aulia Rezy Fany

NIM 120810301098

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2016**



**PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEMAUAN
MEMBAYAR PAJAK DENGAN SOSIALISASI PERPAJAKAN SEBAGAI
VARIABEL MODERATING**

**(STUDI EMPIRIS TERHADAP WAJIB PAJAK BADAN UMKM YANG
TERDAFTAR DI KPP PRATAMA JEMBER)**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Akuntansi (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Aulia Rezy Fany

NIM 120810301098

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2016**

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tua saya, Ibu Tutik Pudjiastuti dan Ayah Junto Santoso yang telah memberikan kasih sayang dan dukungannya kepada saya ;
2. Adik saya, Ranggi Rexa Vigor Santoso;
3. Bapak Djoko Supatmoko dan Bapak Sudarno selaku dosen pembimbing yang telah membimbing saya dalam mengerjakan skripsi ini;
4. Almamater Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
5. Teman – teman jurusan Akuntansi angkatan 2012 Universitas Jember

MOTTO

“Many of life’s failures are people who did not realize how close they were to success when they gave up”

Thomas A. Edison

Jangan menyerah. Sesungguhnya pertolongan Allah sangat dekat. Sesungguhnya Allah bersama dengan orang yang sabar dan berjuang

Peneliti

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Aulia Rezy Fany

NIM : 120810301098

Judul Skripsi : PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP
KEMAUAN MEMBAYAR PAJAK DENGAN
SOSIALISASI PERPAJAKAN SEBAGAI VARIABEL
MODERATING (STUDI EMPIRIS TERHADAP WAJIB
PAJAK BADAN UMKM YANG TERDAFTAR DI KPP
PRATAMA JEMBER)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 14 Januari 2016

Yang menyatakan,

Aulia Rezy Fany

NIM. 120810301098

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK
TERHADAP KEMAUAN MEMBAYAR PAJAK
DENGAN SOSIALISASI PERPAJAKAN SEBAGAI
VARIABEL MODERATING (Studi Empiris terhadap
Wajib Pajak Badan UMKM yang Terdaftar di KPP
Pratama Jember)

Nama Mahasiswa : Aulia Rezy Fany

Nomor Induk Mahasiswa : 120810301098

Jurusan : Akuntansi / S-1 Akuntansi

Tanggal Persetujuan : 29 Oktober 2015

Pembimbing I

Pembimbing II,

Drs. Djoko Supatmoko M.M, Ak
NIP. 19550227 198403 1 001

Drs. Sudarno M.Si, Ak
NIP. 19601225 198902 1 001

Ketua Program Studi S1 Akuntansi,

Dr. Muhammad Miqdad, SE., M.M., Ak.
NIP 19710727 199512 1 001

SKRIPSI

**PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEMAUAN
MEMBAYAR PAJAK DENGAN SOSIALISASI PERPAJAKAN SEBAGAI
VARIABEL MODERATING**

**(Studi Empiris terhadap Wajib Pajak Badan UMKM yang Terdaftar di KPP
Pratama Jember)**

Oleh

Aulia Rezy Fany

NIM 120810301098

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Djoko Supatmoko M.M, Ak

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Sudarno M.Si, Ak

PENGESAHAN JUDUL SKRIPSI

PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEMAUAN MEMBAYAR PAJAK DENGAN SOSIALISASI PERPAJAKAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING

**(Studi Empiris terhadap Wajib Pajak Badan UMKM yang Terdaftar di KPP
Pratama Jember)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AULIA REZY FANY
NIM : 120810301098
Jurusan : S1 Akuntansi

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

02 Februari 2016

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Drs. Imam Mas'ud M.M., Ak (.....)
NIP 19591110 198902 1 001

Sekretaris : Drs. Wasito M.Si., Ak (.....)
NIP. 19600103 199103 1 001

Anggota : Indah Purnamawati, S.E. M.Si., Ak (.....)
NIP. 19691011 199702 2 001

Mengetahui/ Menyetujui
Universitas Jember
Dekan,

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si.
NIP 19630614 199002 1 001

Aulia Rezy Fany

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kemauan membayar pajak dan pengaruh sosialisasi perpajakan dalam meningkatkan atau menurunkan kesadaran wajib pajak untuk mau membayar pajak. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu, kesadaran wajib pajak sebagai variabel independen, kemauan membayar pajak sebagai variabel dependen, dan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderating. Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak badan yang terdaftar di KPP Pratama Jember pada tahun 2014 yang tercatat sebanyak 8080 wajib pajak. Tidak semua wajib pajak badan menjadi obyek dalam penelitian ini karena jumlahnya yang sangat besar sehingga perlu digunakan sampel. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* yaitu dengan mengeliminasi populasi berdasarkan kategori tertentu. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah wajib pajak badan tersebut melakukan kegiatan usaha sektor UMKM di kawasan administratif Jember dan bergerak di bidang manufaktur. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari objek penelitian dengan menggunakan kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner tersebut secara langsung kepada para responden dan didampingi oleh peneliti. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier yang berupa analisis regresi sederhana dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kemauan membayar pajak dan sosialisasi perpajakan tidak mempengaruhi hubungan antara kesadaran wajib pajak dan sosialisasi perpajakan.

Kata Kunci : Kesadaran wajib pajak, kemauan membayar pajak, sosialisasi perpajakan

Aulia Rezy Fany

Department of Accountancy, Faculty of Economics, University of Jember

ABSTRACT

This study aimed to analyze and test the effect of consciousness on the willingness of taxpayers to pay taxes and taxation socializing influence in increasing or decreasing awareness of taxpayers to want to pay taxes. This study consists of three variables, namely, awareness of the taxpayer as an independent variable, the willingness to pay the tax as the dependent variable, and the socialization of taxation as moderating variable. Population in this research are corporate taxpayers registered in KPP Pratama Jember in 2014 were recorded for 8080 taxpayers. Not all corporate taxpayers into an object in this study because the amount is so large that it is necessary to use the samples. Determination of the number of samples in this study using purposive sampling, namely by eliminating the population based on specific categories. Criteria for the sample in this study is the taxpayer conducts business activities of MSME sector in the administrative district of Jember and engages in manufacturing. The data used in this research is primary data obtained directly from the object of research by using questionnaires. Distributing questionnaires done by spreading the questionnaire directly to the respondent and was accompanied by researchers. Data were analyzed using linear regression analysis in the form of a simple regression analysis and Moderated Regression Analysis (MRA). The results showed that the taxpayer kesdaran positive effect on the willingness to pay taxes and socialization of taxation does not affect the relationship between the taxpayer and dissemination of awareness taxation.

Keywords: Awareness taxpayers, willingness to pay taxes, socialization taxation

RINGKASAN

PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEMAUAN MEMBAYAR PAJAK DENGAN SOSIALISASI PERPAJAKAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (STUDI EMPIRIS TERHADAP WAJIB PAJAK BADAN UMKM YANG TERDAFTAR DI KPP PRATAMA JEMBER); Aulia Rezy Fany, 120810301098; 2016; 107 halaman; Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Kabupaten Jember merupakan salah satu kabupaten dengan kepadatan penduduk yang tinggi. Perkembangan Kabupaten Jember sangat pesat baik di bidang ekonomi, budaya, pertanian, kuliner, dan lain – lain. Masyarakat Jember berlomba – lomba untuk mengembangkan berbagai macam usaha untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari baik yang berupa usaha perdagangan, jasa maupun industri. Saat ini Jember menjadi penyumbang terbesar jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Dari hasil survey Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Timur, saat ini pelaku UMKM di Jatim mencapai 6,8 juta. Dari jumlah itu, Jember memiliki 424.151 usaha atau menyumbang 6,2% dari total UMKM di Jatim

Dilihat dari banyaknya jumlah UMKM tersebut maka seharusnya penerimaan yang diperoleh dari pajak UMKM cukup tinggi. Namun hal ini bertentangan dengan data yang diperoleh dari KPP Pratama Jember bahwa wajib pajak badan yang terdaftar sampai dengan tahun 2014 hanya sejumlah 8.080. Wajib pajak badan yang dimaksud tersebut adalah wajib pajak badan baik dari sektor UMKM maupun bentuk wajib pajak badan yang lain. Realisasi pajak penghasilan badan pada tahun 2015 adalah sebesar Rp. 155.062.334.515 menurun 5,66% dari pajak penghasilan badan pada tahun 2014, yaitu sebesar Rp. 164.359.194.563. Rendahnya penerimaan pajak tersebut disebabkan oleh rendahnya kemauan wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya membayar pajak. Berdasarkan data tersebut dapat dikatakan bahwa tidak sedikit pimpinan UMKM yang belum memenuhi kewajibannya untuk

pembayaran pajak, khususnya pendaftaran untuk mempunyai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) badan.

Menurut Undang – undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Pasal 1 (1), Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Fungsi pajak meliputi dua hal yakni fungsi budgetair dan fungsi regulierend. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapat berupa jawaban kuesioner dari para responden yaitu pimpinan UMKM dan data sekunder yang berupa data tertentu dari KPP Pratama Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kemauan membayar pajak dan mengetahui apakah sosialisasi perpajakan dapat mempengaruhi hubungan antara kesadaran wajib pajak dengan kemauan membayar pajak. Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak badan yang terdaftar di KPP Pratama Jember. Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan *Purposive Sampling* dengan kriteria wajib pajak badan tersebut menjalankan usaha UMKM yang terletak di kawasan administratif Jember yaitu kecamatan Patrang, Kaliwates, dan Sumbersari, dan bergerak di bidang manufaktur. Data yang diperoleh dari responden akan diolah menggunakan analisis regresi linier sederhana dan *Moderated Regression Analysis*. Hasil dari penelitian ini adalah kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kemauan membayar pajak dan sosialisasi perpajakan tidak dapat mempengaruhi hubungan antara kesadaran wajib pajak dengan kemauan membayar pajak.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kemauan Membayar Pajak dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris terhadap Wajib Pajak Badan UMKM yang Terdaftar di KPP Pratama Jember)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Akuntansi (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Dr. Alwan Sri Kustono, M.Si.,Ak. dan Dr. Ahmad Roziq, M.M., Ak., selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
3. Dr. Muhammad Miqdad., SE, MM, Ak., selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi;
4. Drs. Djoko Supatmoko M.M, Ak. selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Sudarno M.Si, Ak selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan sabar membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Kedua orang tua saya, Ayah Junto Santoso dan Ibu Tutik Pudjiastuti yang tidak pernah lelah untuk memberikan kasih sayang dan semangat serta dukungan kepada saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik;
6. Adik saya, Ranggi Rexa Vigor Santoso yang selalu memberikan semangat;
7. Anita Heri Utami dan Widyantari Anggraeni, sepupu saya yang sudah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini;
8. Teman – teman saya, Siti Ainul Wida, Melly Sugiarto, Lian Cantika, Ayu Lismasari, Selvia Olkah Jelara, dan Mbak Indah Wahyuni, yang selalu

memberikan semangat dan motivasi kepada saya saat perkuliahan sampai terselesaikannya skripsi ini;

9. Dian Perwita Sari, terima kasih untuk ilmu statistik yang sudah dibagi kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik;
10. Teman seperjuangan Akuntansi 2012, terima kasih atas kekompakannya selama ini;
11. Teman – teman *Forbidden Class*, terima kasih untuk doa dan dukungannya selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, seperti ketidaksempurnaan yang selalu ada pada diri manusia. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan dan saran dari semua pihak. Akhirnya, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 14 Januari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
RINGKASAN	x
PRAKATA.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Gambaran Umum Pajak	9
2.1.1.1 Pengertian Pajak.....	9
2.1.1.2 Fungsi Pajak.....	9
2.1.2 Wajib Pajak	10
2.1.3 Kesadaran Wajib Pajak	11

2.1.3.1	Pengertian.....	11
2.1.3.2	Indikator Kesadaran Wajib Pajak.....	12
2.1.4	Kemauan Membayar Pajak	13
2.1.4.1	Pengertian.....	13
2.1.4.2	Indikator Kemauan Membayar Pajak.....	14
2.1.5	Sosialisasi Perpajakan	15
2.1.5.1	Pengertian.....	15
2.1.5.2	Media Sosialisasi Perpajakan	16
2.1.5.3	Indikator Sosialisasi Perpajakan.....	17
2.1.6	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	19
2.1.7	Theory of Planned Behaviour (TPB)	20
2.2	Penelitian Terdahulu	22
2.3	Kerangka Konseptual	26
2.4	Pengembangan Hipotesis Penelitian	27
2.4.1	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kemauan Membayar Pajak	27
2.4.2	Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap hubungan antara Kesadaran Wajib Pajak dan Kemauan Membayar Pajak ...	28
BAB 3.	METODE PENELITIAN.....	30
3.1	Rancangan Penelitian	30
3.2	Jenis dan Sumber data	30
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.4	Metode Penyebaran Kuesioner.....	32
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	32
3.5.1	Variabel Independen	32
3.5.2	Variabel Dependen.....	33
3.5.3	Variabel Moderating	34
3.6	Metode Analisis Data.....	35
3.6.1	Statistik Deskriptif	35

3.6.2 Uji Kualitas Data	35
3.6.2.1 Uji Validitas	35
3.6.2.1 Uji Reliabilitas.....	35
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.6.3.1 Uji Normalitas	36
3.6.3.2 Uji Multikolinieritas.....	37
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	37
3.6.4 Pengujian Hipotesis	38
3.6.4.1 Koefisien Determinasi.....	38
3.6.4.2 Uji t.....	38
3.6.4.3 Analisis Regresi.....	38
3.6.5 Kerangka Pemecahan Masalah	40
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum Penelitian	41
4.2 Gambaran Umum Responden	42
4.3 Analisis Data.....	45
4.3.1 Statistik Deskriptif	45
4.3.2 Uji Kualitas Data.....	46
4.3.2.1 Uji Validitas	46
4.3.2.2 Uji Reliabilitas	48
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.4.1 Uji Normalitas	48
4.4.2 Uji Multikolienaritas	49
4.4.3 Uji Heteroskedasitas	49
4.5 Pengujian Hipotesis.....	50
4.5.1 Analisis Regresi Linier.....	50
4.5.1.1 Analisis Regresi Linier Sederhana	50
4.5.1.2 Moderated Regression Analysis.....	51
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52

4.5.3 Uji t (Uji Parsial)	53
4.6 Pembahasan Hipotesis	53
4.6.1 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kemauan Membayar Pajak	53
4.6.2 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap hubungan antara Kesadaran Wajib Pajak dan Kemauan Membayar Pajak ...	54
BAB 5. KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN.....	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Keterbatasan	56
5.3 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Tabel Rangkuman Penelitian Terdahulu	24
4.1 Tabel Daftar Penyebaran Kuesioner	41
4.2 Tabel Karakteristik Perusahaan berdasarkan Kepemilikan NPWP	42
4.3 Tabel Karakteristik Perusahaan Responden Berdasarkan Lama Terdaftar	42
4.4 Tabel Penghasilan per Tahun Perusahaan Responden	43
4.5 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.6 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	44
4.7 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	44
4.8 Tabel Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	45
4.9 Tabel Hasil Uji Validitas.....	46
4.10 Tabel Hasil Uji Reliabilitas	48
4.11 Tabel Hasil Uji Multikolinieritas	49
4.12 Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
4.13 Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	50
4.14 Tabel Hasil <i>Moderated Regression Analysis</i>	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Teori Perilaku Rencanaan (<i>Theory of Planned Behavior</i>)	21
2.2 Kerangka Konseptual	26
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	40

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Permohonan Bantuan Pengisian Kuisisioner.....	61
2. Kuisisioner Penelitian.....	62
3. Statistik Deskriptif Data Responden.....	66
4. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	67
5. Uji Validitas.....	68
6. Uji Reliabilitas.....	71
7. Uji Normalitas.....	74
8. Uji Multikolinieritas.....	75
9. Uji Heteroskedastisitas.....	76
10. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	77
11. Moderated Regression Analysis.....	78
12. Rekapitulasi Jawaban Data Responden.....	79
13. Rekapitulasi Jawaban Variabel Penelitian Responden.....	81

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi yang terjadi saat ini menimbulkan persaingan yang ketat antar negara, terutama di bidang ekonomi. Hal ini mendorong negara Indonesia agar mampu bersaing dengan negara lainnya. Pada tahun 2015 Indonesia mengalami penurunan nilai tukar rupiah yang berpengaruh negatif pada berbagai sektor terutama sektor ekonomi. Pemerintah dapat mengatasi hal ini dengan cara meningkatkan penerimaan negara yang terdiri dari Penerimaan Pajak dan Penerimaan Negara Bukan Pajak. Di Indonesia, pajak merupakan sektor yang memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap penerimaan negara dibandingkan dengan penerimaan bukan pajak

Pajak merupakan penerimaan negara terbesar. Kurang lebih 2/3 penerimaan Negara saat ini bersumber dari pajak. Dominasi pajak sebagai sumber penerimaan merupakan satu hal yang sangat wajar, terlebih ketika sumber daya alam, khususnya minyak bumi tidak bisa lagi diandalkan. Penerimaan dari sumber daya alam mempunyai umur yang relatif terbatas, suatu saat akan habis dan tidak bisa diperbaharui. Hal ini berbeda dengan pajak; sumber penerimaan ini mempunyai umur tidak terbatas, terlebih dengan semakin bertambahnya jumlah penduduk (Widayati dan Nurlis, 2010)

Berdasarkan data yang diperoleh dari Departemen Keuangan RI, pada tahun 2010 – 2014, penerimaan negara terbesar bersumber dari pajak dalam negeri. Pada tahun 2010, penerimaan negara yang berasal dari pajak dalam negeri adalah sebesar 72,67% dari total penerimaan negara, sementara pada tahun 2011, 2012, 2013, dan 2014 masing – masing penerimaan negara yang berasal dari pajak dalam negeri mencapai 72,19%, 73,28%, 76,45%, dan 78,81% . Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa separuh penerimaan negara berasal dari pajak dalam negeri. Hal ini menunjukkan bahwa pajak merupakan penerimaan negara yang sangat potensial sehingga dapat digunakan untuk kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.

Pajak merupakan suatu bentuk kewajiban dan pengabdian dari warga negara kepada negara untuk pembangunan nasional dan kesejahteraan bersama yang dipungut berdasarkan undang – undang yang berlaku. Salah satu objek pajak yang potensial adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang selanjutnya disebut UMKM. Jumlah UMKM di Indonesia berkembang dengan pesat dan terus bertambah setiap tahunnya. Menurut data statistik Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah dalam depkop.go.id, perkembangan jumlah UMKM periode 2010-2011 mengalami peningkatan sebesar 2,57 persen yaitu dari 53.823.732 unit pada tahun 2010 menjadi 55.206.444 unit pada tahun 2011. UMKM merupakan pelaku usaha terbesar dengan persentasenya sebesar 99,99 persen dari total pelaku usaha nasional pada tahun 2011.

Pertumbuhan UMKM meningkat pesat dari tahun ke tahun dan keberadaannya menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Hal itu tercermin dari besarnya kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penciptaan lapangan pekerjaan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2013, pangsa UMKM di Indonesia mencapai 99,9% dari total 55,2 juta unit usaha. Aktivitas bisnis UMKM berkontribusi 97,16% terhadap penyerapan tenaga kerja dan menyumbang 57,94% terhadap PDB nasional. (Direktur Utama PNM, Parman Nataatmadja, dalam beritamometer.com)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang cukup penting dalam menopang perekonomian negara. Sektor UMKM juga dianggap sebagai sektor yang paling tahan terhadap krisis. Hal ini telah dibuktikan pada krisis ekonomi yang menimpa Indonesia pada tahun 1998. Pada saat itu, banyak sektor perbankan dan industri yang tumbang akibat tidak mampu menahan dampak krisis. Namun, hal tersebut tidak terjadi pada sektor UMKM. Oleh karena itu, kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional tidak dapat dipandang sebelah mata. Pajak yang dibayarkan oleh sektor UMKM menjadi sumber penerimaan negara yang sangat potensial. Optimalisasi penerimaan pajak dari sektor UMKM dapat meningkatkan ketahanan perekonomian nasional terhadap krisis ekonomi (Rahmandani, 2015)

Banyaknya jumlah unit UMKM di Indonesia seharusnya juga tercermin pada penerimaan pajak. Sayangnya, banyak UMKM di Indonesia yang masih belum memahami pentingnya membayar pajak. Hingga pertengahan 2014, potensi penerimaan yang baru tergarap sekitar 7 persen. Total penerimaan pajak dari UMKM sejak Juli 2013 hingga Juni 2014 hanya sekitar Rp 2 triliun. Angka tersebut jauh dari potensinya sekitar Rp 30 triliun, dengan asumsi kontribusi UMKM terhadap PDB sebesar Rp 3.000 triliun. Ditjen Pajak mengakui, potensi penerimaan pajak dari UMKM terbilang kecil di antara total penerimaan pajak. (Brodjonegoro, dalam www2.jawapos.com)

Kabupaten Jember merupakan salah satu kabupaten dengan kepadatan penduduk yang tinggi. Perkembangan Kabupaten Jember sangat pesat baik di bidang ekonomi, budaya, pertanian, kuliner, dan lain – lain. Masyarakat Jember berlomba – lomba untuk mengembangkan berbagai macam usaha untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari baik yang berupa usaha perdagangan, jasa maupun industri. Saat ini Jember menjadi penyumbang terbesar jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Dari hasil survey Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Timur, saat ini pelaku UMKM di Jatim mencapai 6,8juta. Dari jumlah itu, Jember memiliki 424.151 usaha atau menyumbang 6,2% dari total UMKM di Jatim (Direktur Utama PNM, Parman Nataatmadja, dalam memotimuronline.com)

Dilihat dari banyaknya jumlah UMKM tersebut maka seharusnya penerimaan yang diperoleh dari pajak UMKM cukup tinggi. Namun hal ini bertentangan dengan data yang diperoleh dari KPP Pratama Jember bahwa wajib pajak badan yang terdaftar sampai dengan tahun 2014 hanya sejumlah 8.080. Wajib pajak badan yang dimaksud tersebut adalah wajib pajak badan baik dari sektor UMKM maupun bentuk wajib pajak badan yang lain. Realisasi pajak penghasilan badan pada tahun 2015 adalah sebesar Rp. 155.062.334.515 menurun 5,66% dari pajak penghasilan badan pada tahun 2014, yaitu sebesar Rp. 164.359.194.563. Rendahnya penerimaan pajak tersebut disebabkan oleh rendahnya kemauan wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya membayar pajak. Berdasarkan data tersebut dapat dikatakan bahwa

tidak sedikit pimpinan UMKM yang belum memenuhi kewajibannya untuk pembayaran pajak, khususnya pendaftaran untuk mempunyai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) badan.

Pemungutan pajak memang bukan suatu pekerjaan yang mudah, disamping peran serta aktif dari petugas pajak, juga dituntut kemauan dari para wajib pajak itu sendiri. Apabila tingkat kemauan membayar pajak wajib pajak tinggi, tentunya penerimaan negara dari sektor pajak akan terus meningkat dan pemerintah dapat menjalankan perannya. Sikap kemauan untuk membayar pajak harus dimiliki oleh wajib pajak agar penerimaan pajak dapat mencapai hasil yang maksimal. Apabila setiap wajib pajak memiliki kemauan membayar pajak, maka mereka akan secara sukarela untuk memenuhi kewajibannya tanpa menunggu ditagih untuk melunasinya (Sutari, 2013)

Kemauan membayar pajak didukung oleh beberapa faktor, salah satu faktor yang paling penting adalah kesadaran dari wajib pajak itu sendiri. Menurut Suardikha (2007), masyarakat harus sadar akan keberadaannya sebagai warga negara yang senantiasa selalu menjunjung tinggi Undang-Undang Dasar 1945 sebagai dasar hukum penyelenggaraan negara. Apabila setiap warga negara memiliki kesadaran tersebut, maka setiap warga negara tidak akan terbebani untuk membayar pajak yang digunakan untuk kepentingan bersama.

Soemarso (1998) menyatakan bahwa kesadaran perpajakan masyarakat yang rendah seringkali menjadi salah satu sebab banyaknya potensi pajak yang tidak dapat dijaring. Lerche (1980) juga mengemukakan bahwa kesadaran perpajakan seringkali menjadi kendala dalam masalah pengumpulan pajak dari masyarakat. Kesadaran wajib pajak atas perpajakan amatlah diperlukan guna meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Secara empiris juga telah dibuktikan bahwa makin tinggi kesadaran perpajakan wajib pajak maka makin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak (Suyatmin, 2004 dalam Jatmiko 2006).

Sampai sekarang kesadaran masyarakat membayar pajak masih belum mencapai tingkat sebagaimana yang diharapkan. Umumnya masyarakat masih sinis

dan kurang percaya terhadap keberadaan pajak karena masih merasa sama dengan upeti, memberatkan, pembayarannya sering mengalami kesulitan, ketidakmengertian masyarakat apa dan bagaimana pajak dan ribet menghitung dan melaporkannya. Namun masih ada upaya yang dapat dilakukan sehingga masyarakat sadar sepenuhnya untuk membayar pajak dan ini bukan sesuatu yang mustahil terjadi. Ketika masyarakat memiliki kesadaran maka membayar pajak akan dilakukan secara sukarela bukan karena keterpaksaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak adalah dengan sosialisasi perpajakan. Sebagaimana dinyatakan Dirjen Pajak bahwa kesadaran membayar pajak datang dari diri sendiri, maka menanamkan pengertian dan pemahaman tentang pajak bisa diawali dari lingkungan keluarga sendiri yang terdekat, melebar kepada tetangga, lalu dalam forum-forum tertentu dan ormas-ormas tertentu melalui sosialisasi. Dengan tingginya intensitas informasi yang diterima oleh masyarakat, maka dapat secara perlahan merubah mindset masyarakat tentang pajak ke arah yang positif (Susanto, 2012 dalam www.pajak.go.id)

Dikutip dari Kristanty (2014), sosialisasi perpajakan sangat diperlukan bagi wajib pajak untuk mendapatkan informasi tentang perpajakan. Sosialisasi perpajakan tersebut dapat diperoleh dari berbagai media, baik media cetak, elektronik, maupun langsung dari petugas pajak. Adanya sosialisasi perpajakan diharapkan akan tercipta partisipasi yang efektif di masyarakat dalam memenuhi hak dan kewajiban sebagai Wajib Pajak dalam memenuhi perpajakannya dan mempermudah wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya membayar pajak.

Penelitian mengenai perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya untuk membayar pajak sudah banyak dilakukan dan saat ini semakin berkembang. Berbagai penelitian tersebut menunjukkan bahwa wajib pajak sangatlah penting dalam mendukung program pemerintah meningkatkan penerimaan pajaknya. Namun pada penelitian-penelitian terdahulu terdapat banyak perbedaan hasil penelitian sehingga menimbulkan adanya *research gap*.

Nugroho (2012) dalam penelitiannya mengenai faktor yang mempengaruhi kemauan membayar pajak bagi wajib pajak orang pribadi yang melakukan pekerjaan bebas di KPP Pratama Semarang Tengah Satu, menemukan bahwa kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh terhadap kemauan membayar pajak. Hasil yang berbeda ditunjukkan dalam penelitian Megawati (2014) terhadap wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha di Kembang Jepun, Surabaya menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kemauan membayar pajak.

Rohmawati (2015) dalam penelitiannya mengenai kepatuhan wajib pajak mengemukakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang melakukan pekerjaan bebas di KPP Pratama Gresik Utara, tetapi menurut penelitian Winerungan (2013), sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Manado dan KPP Bitung.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kesadaran wajib pajak sebagai variabel independen dan kemauan wajib pajak sebagai variabel dependen. Hal ini karena kesadaran wajib pajak merupakan faktor yang paling menentukan bagi wajib pajak untuk membayar pajak. Berbeda dengan penelitian – penelitian sebelumnya, penelitian ini menambah satu variabel yaitu sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderating yang bertujuan untuk mengetahui apakah kesadaran wajib pajak untuk mau membayar pajak dapat ditingkatkan oleh adanya sosialisasi perpajakan. Selain itu, peneliti memilih wajib pajak badan UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Jember sebagai objek penelitian karena penelitian mengenai wajib pajak badan masih terbatas sedangkan penelitian terkait wajib pajak orang pribadi telah banyak dilakukan seperti pada penelitian terdahulu yang disebutkan di atas dan jumlah UMKM di Jember meningkat setiap tahunnya dan merupakan salah satu sektor yang penting dalam penerimaan pajak di Jember.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kemauan Membayar Pajak Dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris terhadap Wajib Pajak Badan UMKM yang Terdaftar di KPP Pratama Jember)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak?
2. Apakah sosialisasi perpajakan dapat mempengaruhi hubungan antara kesadaran wajib pajak terhadap kemauan membayar pajak?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diuraikan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kemauan membayar pajak
2. Untuk menguji sosialisasi perpajakan dalam mempengaruhi hubungan antara kesadaran wajib pajak terhadap kemauan membayar pajak

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan, antara lain :

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang akuntansi khususnya perpajakan yaitu dalam hal kepatuhan wajib pajak badan UMKM di Kabupaten Jember

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini ke arah yang lebih baik sehingga semakin bermanfaat untuk ke depannya.

c. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemerintah untuk meningkatkan penerimaan negara melalui pajak khususnya dari sektor UMKM karena kebijakan pemerintah berperan penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

d. Bagi KPP Pratama Jember

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi bagi KPP Pratama Jember dalam memaksimalkan pendapatan pajak di Kabupaten Jember khususnya dari sektor UMKM

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Gambaran Umum Pajak

2.1.1.1 Pengertian Pajak

Menurut Undang – undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Pasal 1 (1), Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Dikutip dari Mardiasmo (2013:1) definisi atau pengertian pajak menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, SH adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang – undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki unsur – unsur :

- a. Iuran dari rakyat kepada negara
- b. Berdasarkan undang – undang
- c. Tanpa jasa timbal atau kontrapretasi
- d. Digunakan untuk membiayai rumah tangga negara

2.1.1.2 Fungsi Pajak

Menurut Mardiasmo (2013 : 1 – 2), pajak mempunyai dua fungsi, yaitu :

1. Fungsi Budgetair

Fungsi penerimaan (*budgetair*) yaitu pajak sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya. Pemerintah menghimpun dana dari penerimaan negara yang berasal dari pajak dan penerimaan negara bukan pajak. Dana yang terhimpun tersebut akan masuk ke dalam kas negara dan digunakan untuk membiayai kebutuhan negara dan

kepentingan rakyat. Pajak yang dipungut dari rakyat diantaranya berupa Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) yang masing – masing besarnya diatur dalam undang – undang yang ditetapkan pemerintah.

2. Fungsi Mengatur (*Regulerend*)

Fungsi Mengatur (*regulerend*) yaitu pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi.

Contoh :

- a. Pajak yang tinggi dikenakan terhadap minuman keras untuk mengurangi konsumsi minuman keras
- b. Pajak yang tinggi dikenakan terhadap barang – barang mewah untuk mengurangi gaya hidup konsumtif
- c. Tarif pajak untuk ekspor sebesar 0% untuk mendorong ekspor produk Indonesia di pasaran dunia

Maka, dapat disimpulkan bahwa Pajak berasal dari rakyat dan juga digunakan oleh rakyat. Pajak yang masuk ke kas negara digunakan untuk membangun dan membenahi fasilitas – fasilitas di masyarakat yang kurang layak. Penerimaan pajak yang maksimal akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat itu sendiri dan membantu perkembangan perekonomian bangsa Indonesia. Seseorang atau badan yang berpenghasilan tinggi dapat berkontribusi menyejahterakan kehidupan masyarakat yang kurang mampu melalui membayar pajak sehingga tidak terjadi kesenjangan sosial yang terlalu tinggi.

2.1.2 Wajib Pajak

Menurut UU No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Pasal 1 (2), wajib pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan

perpajakan. Berdasarkan undang – undang tersebut, wajib pajak dibedakan menjadi dua kategori :

2.1.2.1 Wajib Pajak Pribadi

Wajib Pajak Pribadi adalah setiap orang pribadi yang memiliki penghasilan di atas pendapatan tidak kena pajak. Di Indonesia, setiap orang wajib mendaftarkan diri dan mempunyai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), kecuali ditentukan dalam Undang-Undang (Nalendro, 2014)

2.1.2.2 Wajib Pajak Badan

Menurut Undang – undang Nomor 28 tahun 2007 Pasal 1 ayat 3, Badan adalah sekumpulan orang dan/atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, badan usaha milik negara atau badan usaha milik daerah dengan nama dan dalam bentuk apa pun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, atau organisasi lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap.

2.1.3 Kesadaran Wajib Pajak

2.1.3.1 Pengertian

Kesadaran adalah keadaan mengetahui atau mengerti, sedangkan perpajakan adalah perihal pajak. Sehingga kesadaran perpajakan adalah keadaan mengetahui atau mengerti perihal pajak. Penilaian positif masyarakat wajib pajak terhadap pelaksanaan fungsi negara oleh pemerintah akan menggerakkan masyarakat untuk mematuhi kewajibannya untuk membayar pajak (Suyatmin, 2004 dalam Jatmiko, 2006)

Kesadaran wajib pajak adalah suatu kondisi di mana wajib pajak mengetahui, memahami, dan melaksanakan ketentuan perpajakan dengan benar dan sukarela. Semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak maka pemahaman dan pelaksanaan

kewajiban perpajakan semakin baik sehingga dapat meningkatkan kepatuhan. (Muliari dan Setiawan, 2010).

Kesadaran masyarakat untuk membayar pajak bisa berasal dari dirinya sendiri atau bisa juga termotivasi dari tindakan orang lain. Motivasi dari luar tersebut dapat didapatkan dari pemerintah, berupa kegiatan – kegiatan sosialisasi yang diadakan oleh Direktorat Jenderal Pajak atau seperti penyuluhan yang ditujukan untuk wirausahawan – wirausahawan yang masih awam tentang pajak.

2.1.3.2 Indikator Kesadaran Wajib Pajak

Manik Asri (2009) dalam Muliari dan Setiawan (2010) menyatakan bahwa wajib pajak dikatakan memiliki kesadaran apabila sesuai dengan hal-hal berikut :

- 1) Mengetahui adanya undang-undang dan ketentuan perpajakan.
- 2) Mengetahui fungsi pajak untuk pembiayaan negara.
- 3) Memahami bahwa kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 4) Memahami fungsi pajak untuk pembiayaan negara.
- 5) Menghitung, membayar, melaporkan pajak dengan suka rela.
- 6) Menghitung, membayar, melaporkan pajak dengan benar.

Dalam penelitian ini, indikator dari kesadaran dari wajib pajak ada beberapa hal, yaitu :

a. Dorongan diri sendiri

Kesadaran erat kaitannya dengan adanya dorongan dari diri sendiri. Seseorang yang mempunyai dorongan dari dalam dirinya sendiri akan termotivasi untuk melaksanakan kewajibannya tanpa ada paksaan dari orang lain. Hal ini juga berkaitan dengan kesadaran wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya untuk membayar pajak. Wajib pajak yang mempunyai dorongan dari diri sendiri untuk membayar pajak, maka tanpa ada paksaan mereka pasti melaksanakan kewajibannya tersebut. Kriteria yang termasuk dalam dorongan

diri sendiri adalah dorongan hati nurani, tanpa paksaan, dan bangga menjadi wajib pajak.

b. Pemahaman fungsi pajak

Kesadaran wajib pajak dapat tercermin dari pemahaman mereka terhadap fungsi pajak itu sendiri. Wajib pajak yang sadar pajak akan memahami fungsi dari pembayaran pajak. Pemahaman yang baik akan fungsi pajak akan mendorong kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak. Pemahaman fungsi pajak itu sendiri memiliki kriteria yaitu sadar terhadap fungsi pajak dan rela memberikan kontribusi untuk pelaksanaan fungsi pajak.

c. Pemahaman hak dan kewajiban wajib pajak

Wajib pajak yang sadar pajak akan berusaha untuk memahami hak dan kewajiban wajib pajak. Kewajiban wajib pajak meliputi hal – hal yang harus dipenuhi oleh wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya untuk membayar pajak, seperti membayar pajak tepat waktu dan tepat jumlah. Hak wajib pajak meliputi hal – hal yang berhak didapatkan oleh wajib pajak setelah wajib pajak melaksanakan kewajibannya, seperti mendapatkan pelayanan yang baik dari fiskus pajak. Kriteria dari pemahaman hak dan kewajiban wajib pajak adalah wajib pajak memahami hak dan kewajiban wajib pajak serta ketaatan wajib pajak untuk membayar pajak.

2.1.4 Kemauan Membayar Pajak

2.1.4.1 Pengertian

Kemauan membayar pajak (*willingness to pay tax*) dapat diartikan sebagai suatu nilai yang rela dikontribusikan oleh seseorang (yang ditetapkan dengan peraturan) yang digunakan untuk membiayai pengeluaran umum negara dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) secara langsung (Rantung dan Adi, 2009). Kemauan membayar pajak berarti wajib pajak rela dan sanggup untuk menunaikan kewajiban sebagai warga negara yaitu membayar pajak. Munculnya kemauan dalam membayar pajak diawali dengan adanya kesadaran dalam diri wajib pajak.

Kemauan membayar pajak dapat diartikan sebagai suatu nilai yang rela dikontribusikan oleh seseorang (yang ditetapkan dengan peraturan) yang digunakan untuk membiayai pengeluaran umum negara dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) secara langsung (Anggraeni, 2011). Kemauan membayar pajak sangat didukung oleh kesadaran membayar pajak. Apabila seorang wajib pajak sudah memiliki kesadaran yang baik bahwa setiap warga negara memiliki kewajiban membayar pajak, maka mereka tidak akan keberatan dalam membayar pajak tanpa harus ditagih dan tidak ada keterpaksaan

2.1.4.2 Indikator Kemauan Membayar Pajak

Anggraeni (2011), menggunakan tujuh (7) indikator yang memengaruhi kemauan Wajib Pajak (WP) dalam penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan Wajib Pajak (WP) Badan yaitu, tingkat pengetahuan Wajib Pajak (WP), sanksi dalam perpajakan, kemudahan dalam proses pengisian Surat Pemberitahuan (SPT), tingkat kesadaran yang dimiliki Wajib Pajak (WP), *sunset policy*, persepsi yang baik atas efektifitas sistem perpajakan, dan Sistem Monitoring Pelaporan Pembayaran Pajak (MP3). Pada penelitian ini, indikator dari kemauan membayar pajak adalah :

a. Kemauan dari diri sendiri

Kemauan membayar pajak didorong oleh adanya kemauan dari wajib pajak itu sendiri. Wajib pajak yang bersedia untuk membayar pajak akan berusaha untuk memenuhi kewajibannya untuk membayar pajak. Hal – hal yang menjadi indikator terkait kemauan membayar pajak adalah wajib pajak menyiapkan dokumen perpajakan, mendaftarkan diri sebagai wajib pajak, dan mencari informasi mengenai pelaksanaan perpajakan

b. Alokasi dana untuk pajak

Wajib pajak yang bersedia untuk membayar pajak akan berusaha menyisihkan penghasilannya untuk membayar pajak. Penghasilan dari wajib pajak tersebut tidak hanya digunakan untuk memenuhi kehidupan sehari – hari tetapi juga dialokasikan untuk membayar pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku

c. Pemahaman peraturan pajak

Wajib pajak akan berusaha untuk memahami peraturan pajak yang ada sebelum melakukan pembayaran baik itu berupa jumlah yang harus dibayar, tata cara pembayaran, dan batas akhir pembayaran pajak. Wajib pajak akan melaksanakan kewajibannya sesuai dengan peraturan yang berlaku tersebut.

2.1.5 Sosialisasi Perpajakan

2.1.5.1 Pengertian

Sosialisasi merupakan hal yang penting dalam upaya peningkatan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi perpajakan adalah pemberian wawasan, dan pembinaan kepada wajib pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan. Sosialisasi tidak hanya dapat meningkatkan pengetahuan tentang pajak yang nantinya dapat berdampak pada peningkatan kesadaran wajib pajak itu sendiri. Namun, sosialisasi perpajakan diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak sehingga jumlah penerimaan pajak dapat bertambah sesuai target. (Rohmawati, 2015)

Sosialisasi perpajakan merupakan suatu sarana bagi wajib pajak untuk mendapatkan informasi perpajakan yang bisa diperoleh melalui berbagai media, seperti brosur, televisi, radio, koran, spanduk yang dipasang di jalan, ataupun sosialisasi langsung yang diberikan oleh petugas pajak. Informasi tentang perpajakan yang dapat diperoleh wajib pajak tersebut, misalnya mengenai tata cara pembayaran pajak, besarnya pajak yang dibayar, cara pengisian SPT, dan batas waktu pembayaran pajak. Kegiatan sosialisasi perpajakan tersebut bermanfaat bagi wajib pajak untuk lebih mengerti tentang perpajakan, baik fungsi dan manfaat dari pajak itu sendiri, sistem perpajakan yang digunakan, peraturan yang mendasari, sanksi yang dikenakan, dan media pembayaran pajak yang efektif.

2.1.5.2 Media Sosialisasi Perpajakan

Beberapa media sosialisasi perpajakan yang dapat dimanfaatkan oleh wajib pajak untuk memperoleh informasi tentang pajak adalah sebagai berikut :

a. Internet

Wajib pajak dapat mengakses informasi tentang perpajakan dari internet. Pihak DJP juga menyediakan website yang dapat dibuka di mana saja dan kapan saja yaitu <http://pajak.go.id> . Website tersebut berisi berbagai macam berita terbaru terkait perpajakan, baik perubahan peraturan perpajakan ataupun kegiatan – kegiatan *up to date* yang dilaksanakan oleh DJP. Selain itu, dalam websiter tersebut terdapat artikel online terkait pajak yang dapat dibaca secara gratis. Isi artikel tersebut terkait dengan motivasi membayar pajak dan manfaat yang dirasakan seseorang ketika membayar pajak. Selain dari website, DJP juga membuat akun twitter resmi dengan username @PajakRI. Akun twitter tersebut berisi tentang berita terbaru seputar perpajakan dan menyajikan foto kegiatan yang sedang berlangsung di seluruh wilayah di Indonesia. Dengan adanya akun website dan twitter, diharapkan komunikasi antara masyarakat dan Direktorat Jenderal Pajak mampu terjalin dengan baik.

b. Brosur

Wajib pajak biasanya mendapatkan brosur pada saat datang ke kantor pajak. Brosur tersebut biasanya berisi tentang dorongan untuk membayar pajak tepat waktu, manfaat yang diterima ketika membayar pajak, dan tata cara pembayaran pajak. Brosur tersebut tersedia gratis di tempat pelayanan wajib pajak di kantor pajak.

c. Spanduk

Spanduk bertema pajak biasanya dipasang di jalan – jalan sehingga mudah bagi wajib pajak untuk membacanya. Pada spanduk tersebut, biasanya bertuliskan untuk membayar pajak tepat waktu dan tepat jumlah.

d. Iklan di televisi

Wajib pajak juga mendapatkan sosialisasi pajak dari media elektronik, yaitu media televisi. Iklan tersebut berisi tentang penuturan beberapa masyarakat yang merasakan manfaat dari pajak. Iklan tersebut juga memberikan dorongan kepada wajib pajak untuk tepat waktu dalam membayar pajak agar pembangunan negara dapat berjalan dengan lancar

e. Kring Pajak

Wajib pajak bisa mendapatkan informasi perpajakan melalui layanan call centre yaitu dengan menghubungi nomor 500200. Informasi yang dapat diperoleh oleh wajib pajak tersebut adalah informasi tentang peraturan perpajakan yang berlaku, informasi mengenai penggunaan aplikasi elektronik dalam rangka pemenuhan hak dan kewajiban perpajakan dari Wajib Pajak dan informasi pendukung pemenuhan hak dan kewajiban perpajakan dari Wajib Pajak seperti informasi alamat dan nomor telepon unit kerja Direktorat Jenderal Pajak, konfirmasi kebenaran NPWP dan informasi lain yang disediakan oleh KLIP DJP sesuai ketentuan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. (PER-22/PJ/2014)

2.1.5.3 Indikator Sosialisasi Perpajakan

Menurut Winerungan (2013), indikator sosialisasi oleh Ditjen Pajak tersebut adalah kegiatan sadar dan peduli pajak serta memodifikasi program pengembangan pelayanan perpajakan.

1) Penyuluhan

Bentuk sosialisasi yang dilakukan oleh Ditjen Pajak melalui berbagai media, baik media elektronik maupun media massa lainnya bahkan terkadang sampai mengadakan penyuluhan secara langsung ke tempat(daerah-daerah) tertentu yang dianggap potensial pajaknya tinggi dan membutuhkan informasi yang lengkap dan terjamin kebenarannya.

2) Diskusi dengan wajib pajak dan tokoh masyarakat

Salah satu bentuk sosialisasi yang dilakukan oleh Ditjen Pajak yang lebih menekankan pada komunikasi dua arah baik dari segi petugas pajak (fiskus) maupun masyarakat khususnya wajib pajak yang dianggap memiliki pengaruh atau dipandang oleh masyarakat sekitarnya sehingga diharapkan mampu memberi penjelasan yang lebih baik terhadap masyarakat sekitarnya.

3) Informasi langsung dari petugas ke wajib pajak

Bentuk penyampaian informasi yang diperoleh secara langsung oleh wajib pajak dari petugas yang bersangkutan (fiskus) mengenai perpajakan.

4) Informasi langsung dari petugas ke wajib pajak

Bentuk penyampaian informasi yang diperoleh secara langsung oleh wajib pajak dari petugas yang bersangkutan (fiskus) mengenai perpajakan.

5) Pemasangan *billboard*

Pemasangan billboard dan atau spanduk di pinggir jalan atau di tempat-tempat lainnya yang strategis dan mudah dilihat oleh masyarakat. Berisi pesan singkat, bisa berupa pernyataan, kutipan perkataan maupun slogan yang mudah dimengerti dan menarik sehingga mampu menyampaikan tujuannya dengan baik.

6) *Web site* Ditjen pajak

Media sosialisasi (dalam menyampaikan informasi) yang dapat diakses internet setiap saat dengan cepat dan mudah serta informasi yang diberikanpun sangat lengkap, akurat, terjamin kebenarannya dan *up todate*.

Pada penelitian ini, indikator sosialisasi perpajakan dapat digolongkan menjadi :

a. Memahami materi sosialisasi dengan baik

Pada kegiatan sosialisasi perpajakan, wajib pajak harus memahami materi sosialisasi dengan baik agar dapat lebih mengerti tentang perpajakan.

b. Menghadiri kegiatan sosialisasi perpajakan

Wajib pajak berusaha untuk mengikuti kegiatan sosialisasi perpajakan baik yang diadakan oleh Direktorat Jenderal Pajak maupun yang diadakan oleh lembaga terkait

c. Mudah mendapatkan informasi perpajakan

Wajib pajak mendapatkan kemudahan dalam mencari informasi perpajakan. Kemudahan tersebut dapat ditunjukkan dengan media yang digunakan dalam sosialisasi perpajakan berupa brosur, media elektronik, media internet dan spanduk yang dipasang di jalan

2.1.6 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Menurut Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), pengertian UMKM adalah:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Kriteria dari masing – masing UMKM tersebut adalah :

a) Usaha Mikro

Usaha dengan jumlah aset maksimal Rp. 50.000.000 dan jumlah omset maksimal Rp 300.000.000

b) Usaha Kecil

Usaha dengan aset lebih dari Rp 50.000.000 sampai dengan Rp 500.000.000 dan jumlah omset lebih dari Rp 300.000.000 sampai dengan Rp 2.500.000.000

c) Usaha Menengah

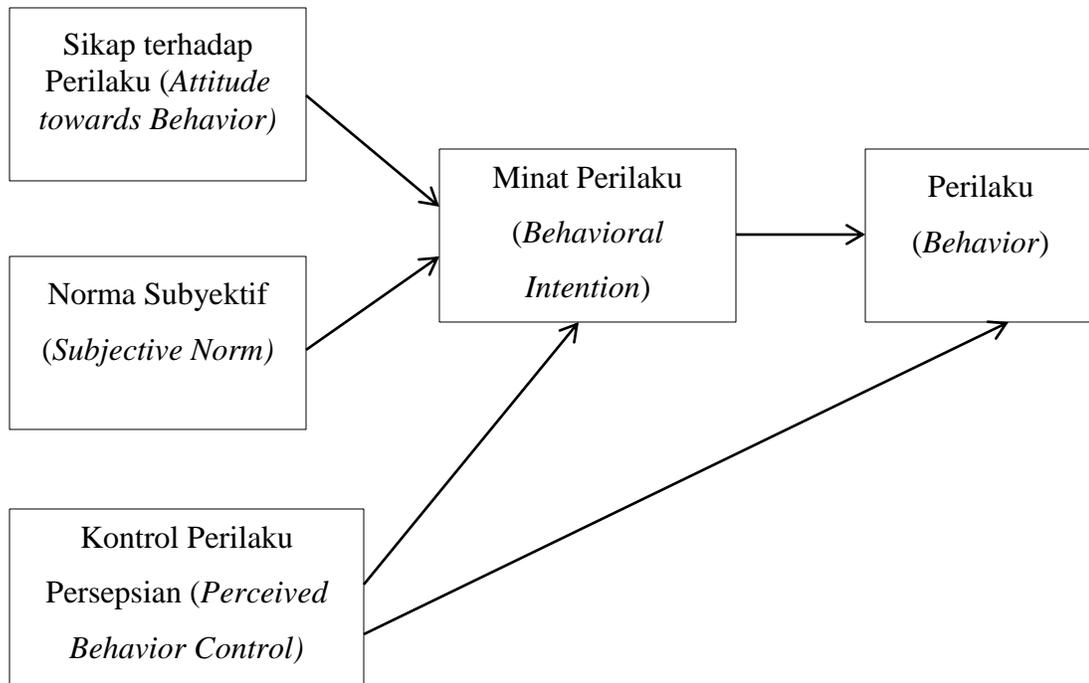
Usaha dengan aset lebih dari Rp 500.000.000 sampai dengan Rp 10.000.000.000 dan jumlah omset lebih dari Rp 2.500.000.000 sampai dengan Rp 50.000.000.000

Para pengelola UMKM akan dikenakan Pajak Penghasilan atas usaha mereka. Berdasarkan PP No. 46 tahun 2013, atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp 4,8 miliar dalam 1 tahun dikenai PPh final dengan tarif sebesar 1% (satu persen) dari jumlah peredaran bruto setiap bulan dari setiap tempat usaha. Pajak Penghasilan terutang dihitung berdasarkan tarif 1% (satu persen) dikalikan dengan dasar pengenaan pajak, yaitu jumlah peredaran bruto setiap bulan dari setiap tempat usaha. Pengenaan PPh didasarkan pada peredaran bruto dari usaha dalam 1 (satu) tahun dari Tahun Pajak terakhir sebelum Tahun Pajak yang bersangkutan yang tidak melebihi Rp 4,8 Miliar. (KPP Pratama Jember)

2.1.7 Theory of Planned Behaviour (TPB)

Teori perilaku perencanaan (*theory of planned behavior* atau TPB) merupakan pengembangan lebih lanjut dari *theory of reasoned action* (TRA). Icek Ajzen mengembangkan teori TPB ini (Ajzen,1988). Ajzen (1988 menambahkan sebuah konstruk yang belum ada di TRA. Konstruk ini disebut dengan kontrol perilaku

persepsian (*perceived behavioral control*). Konstruk ini ditambahkan di TPB untuk mengontrol perilaku individual yang dibatasi oleh kekurangan – kekurangannya dan keterbatasan – keterbatasan dari kekurangan sumber – sumber daya yang digunakan untuk melakukan perilakunya. (Chau and Hu, 2002 dalam Jogiyanto, 2007)



Gambar 2.1 Teori perilaku rencana (*Theory of Planned Behavior*)

Sumber : Jogiyanto (2007)

Dalam Jogiyanto (2007), teori perilaku rencana (*theory of planned behavior* atau TPB) menunjukkan bahwa tindakan manusia diarahkan oleh tiga macam kepercayaan – kepercayaan. Ketiga kepercayaan – kepercayaan ini yaitu sebagai berikut :

- (1) Kepercayaan – kepercayaan perilaku (*behavioral beliefs*), yaitu kepercayaan – kepercayaan tentang kemungkinan terjadinya perilaku
- (2) Kepercayaan – kepercayaan normatif (*normative beliefs*), yaitu kepercayaan – kepercayaan tentang ekspektasi – ekspektasi normatif dari

orang – orang lain dan motivasi untuk menyetujui ekspektasi – ekspektasi tersebut

- (3) Kepercayaan – kepercayaan kontrol (*control beliefs*), yaitu kepercayaan – kepercayaan tentang keberadaan faktor – faktor yang akan memfasilitasi atau merintangi kinerja dari perilaku dan kekuatan persepsian dari faktor – faktor tersebut.

Theory of Planned of Behavior relevan untuk menjelaskan perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Sebelum individu melakukan sesuatu, individu tersebut akan memiliki keyakinan mengenai hasil yang akan diperoleh dari perilakunya tersebut. Kemudian yang bersangkutan akan memutuskan bahwa akan melakukannya atau tidak melakukannya. Hal tersebut berkaitan dengan kesadaran wajib pajak. Wajib pajak yang sadar pajak, akan memiliki keyakinan mengenai pentingnya membayar pajak untuk membantu menyelenggarakan pembangunan negara (*behavioral beliefs*). (Mustikasari, 2007 dalam Arum, 2012)

Kemudian ketika individu akan melakukan sesuatu, dorongan atau motivasi yang berasal dari luar diri seseorang (orang lain) akan mempengaruhi perilaku seseorang tersebut (norma subjektif). Hal tersebut relevan dengan sosialisasi dalam perpajakan. Dengan adanya pemahaman wajib pajak yang didapat dari sosialisasi seputar perpajakan, akan memberikan persepsi yang baik dari para wajib pajak. Hal tersebut akan mempengaruhi dan memotivasi seorang wajib pajak untuk berperilaku taat pajak (Yogatama, 2014)

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian Mory (2015) yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Fiskus, Sanksi Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak dan Kondisi Keuangan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Kegiatan Usaha dan Pekerjaan Bebas di KPP Pratama Tanjung Balai Karimun)” memberikan hasil bahwa secara parsial, pelayanan fiskus, sanksi

perpajakan, sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan kondisi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian Rohmawati (2014) yang berjudul “Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Perpajakan terhadap Tingkat Kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada WPOP yang Melakukan Kegiatan Usaha dan Pekerjaan Bebas pada KPP Pratama Gresik Utara)” memberikan hasil bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh negatif terhadap kesediaan wajib pajak sedangkan pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap tingkat kesadaran dan sosialisasi perpajakan dan pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian Megawati (2014) yang berjudul “Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kemauan Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Kegiatan Usaha yang Memiliki NPWP dalam Membayar Pajak” memberikan hasil pengetahuan dan pemahaman tentang perpajakan, serta persepsi yang baik atas efektivitas sistem perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap kemauan membayar pajak. Selain itu, kesadaran membayar pajak dan kualitas pelayanan fiskus tidak berpengaruh signifikan terhadap kemauan membayar pajak

Penelitian Winerungan (2013) yang berjudul “Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan WPOP di KPP Manado dan KPP Bitung” memberikan hasil sosialisasi perpajakan, pelayanan fiskus, dan sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan WPOP di KPP Manado dan KPP Bitung.

Penelitian Sinambela (2013) yang berjudul “Pengaruh Reformasi Administrasi Perpajakan terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Waingapu (Penyuluhan Perpajakan sebagai Variabel Moderating)” memberikan hasil secara parsial variabel yang berpengaruh adalah pendidikan khusus, independensi dan unit khusus pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Selain itu, penyuluhan pajak sebagai variabel moderating dapat mempengaruhi hubungan antara reformasi administrasi perpajakan (tindakan yang sopan, pendidikan khusus,

independensi, fasilitas, dan unit khusus pelayanan) terhadap tingkat kepatuhan pajak di KPP Pratama Waingapu.

Berikut ini adalah ringkasan dari penelitian terdahulu yang disajikan dalam bentuk tabel.

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu yang Bersumber Dari Skripsi dan Jurnal

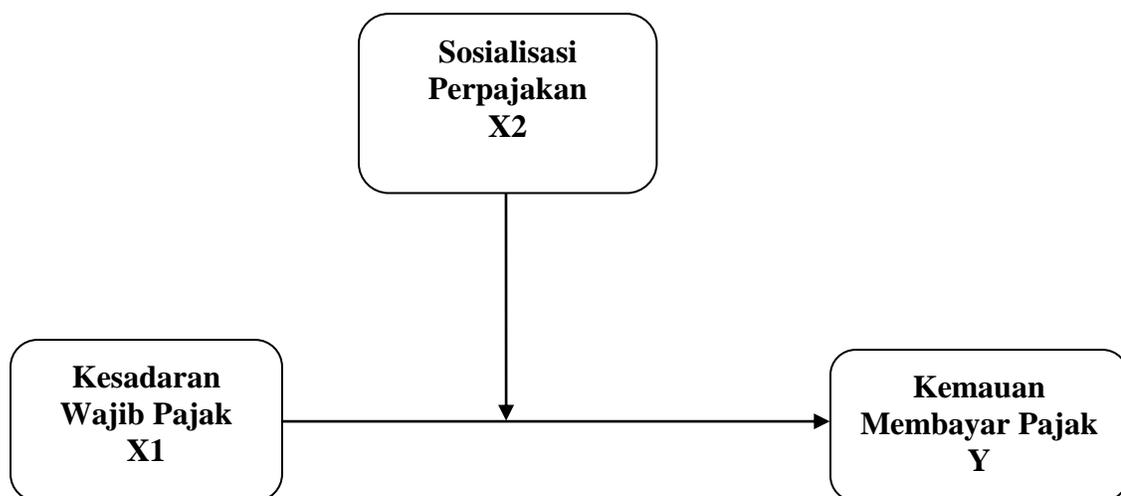
Peneliti	Variabel	Alat Analisis	Hasil
Mory (2015)	Variabel independennya adalah pelayanan fiskus, sanksi perpajakan, sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, kondisi keuangan Variabel dependennya adalah kepatuhan wajib pajak orang pribadi	Analisis Regresi Berganda	Secara parsial dan simultan, semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak
Rohmawati (2014)	Variabel independennya adalah sosialisasi perpajakan dan pengetahuan perpajakan Variabel dependennya adalah kesadaran dan kepatuhan wajib pajak	Analisis Path	a. Sosialisasi perpajakan berpengaruh negatif terhadap kesadaran wajib pajak. b. Pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak.. c. Sosialisasi perpajakan dan pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.
Megawati (2014)	Variabel independennya adalah pengetahuan dan pemahaman tentang perpajakan, persepsi yang baik atas efektivitas	Analisis Regresi Linier Berganda	a. Pengetahuan dan pemahaman tentang perpajakan, serta persepsi yang baik atas efektivitas

	<p>sistem perpajakan, kesadaran membayar pajak, serta kualitas pelayanan fiskus variabel dependennya adalah kemauan membayar pajak</p>		<p>sistem perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap kemauan membayar pajak.</p> <p>b. Kesadaran membayar pajak dan kualitas pelayanan fiskus tidak berpengaruh signifikan terhadap kemauan membayar pajak</p>
<p>Winerungan (2013)</p>	<p>Variabel independennya adalah sosialisasi perpajakan, pelayanan fiskus, dan sanksi perpajakan. Variabel dependennya adalah kepatuhan wajib pajak orang pribadi</p>	<p>Analisis Regresi Linier Berganda</p>	<p>Sosialisasi perpajakan, pelayanan fiskus, dan sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi</p>
<p>Sahata Sinambela (2013)</p>	<p>Variabel independennya adalah reformasi administrasi perpajakan (tindakan yang sopan, pendidikan khusus, independensi, fasilitas, dan unit khusus pelayanan) Variabel dependennya adalah kepatuhan wajib pajak Variabel moderatingnya adalah penyuluhan perpajakan</p>	<p>Analisis Regresi Linier Berganda</p>	<p>a. Secara parsial variabel yang berpengaruh adalah pendidikan khusus, independensi dan unit khusus pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak</p> <p>b. Penyuluhan pajak sebagai variabel moderating mempengaruhi hubungan antara reformasi administrasi perpajakan (tindakan yang</p>

			sopan, pendidikan khusus, independensi, fasilitas, dan unit khusus pelayanan) terhadap tingkat kepatuhan pajak di KPP Pratama Waingapu.
--	--	--	---

2.3 Kerangka Konseptual

Pada penelitian ini, peneliti bermaksud untuk menjelaskan hubungan antara kesadaran wajib pajak terhadap kemauan membayar pajak dan meneliti apakah sosialisasi perpajakan dapat mempengaruhi hubungan antara kesadaran wajib pajak dengan kemauan membayar pajak. Berikut ini penulis menyusun kerangka konseptual dalam penelitian :



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kemauan Membayar Pajak

Kesadaran wajib pajak adalah suatu kondisi dimana wajib pajak mengetahui, mengakui, menghargai, dan menaati ketentuan perpajakan yang berlaku serta memiliki kesanggupan dan kemauan untuk memenuhi kewajiban pajaknya. Meningkatnya kesadaran akan menumbuhkan motivasi wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya (Rohmawati, 2012).

Irianto (2005) menguraikan beberapa bentuk kesadaran membayar pajak yang mendorong wajib pajak untuk membayar pajak. Terdapat tiga bentuk kesadaran utama terkait pembayaran pajak. *Pertama*, kesadaran bahwa pajak merupakan bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan negara. Dengan menyadari hal ini, wajib pajak mau membayar pajak karena merasa tidak dirugikan dari pemungutan pajak yang dilakukan. Pajak disadari digunakan untuk pembangunan negara guna meningkatkan kesejahteraan warga negara. *Kedua*, kesadaran bahwa penundaan pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak sangat merugikan negara. Wajib pajak mau membayar pajak karena memahami bahwa penundaan pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak berdampak pada kurangnya sumber daya finansial yang dapat mengakibatkan terhambatnya pembangunan negara. *Ketiga*, kesadaran bahwa pajak ditetapkan dengan undang-undang dan dapat dipaksakan. Wajib pajak akan membayar karena pembayaran pajak disadari memiliki landasan hukum yang kuat dan merupakan kewajiban mutlak setiap warga negara (Rantung dan Adi, 2009).

Penelitian sebelumnya yang menggunakan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) adalah penelitian Mustikasari (2007). Berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* dalam salah satu kategorinya, yaitu *behavioral beliefs* bahwa sebelum individu melakukan sesuatu, individu tersebut akan memiliki keyakinan mengenai hasil yang akan diperoleh dari perilakunya tersebut. Kemudian yang bersangkutan akan memutuskan bahwa akan melakukannya atau tidak melakukannya. Hal tersebut berkaitan dengan kesadaran wajib pajak. Wajib pajak yang sadar pajak, akan

memiliki keyakinan mengenai pentingnya membayar pajak untuk membantu menyelenggarakan pembangunan negara (Arum, 2012)

Kesadaran wajib pajak berkaitan dengan persepsi wajib pajak dalam menentukan perilakunya. Semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak, maka wajib pajak akan dapat menentukan perilakunya dengan lebih baik dan sesuai dengan ketentuan perpajakan sehingga wajib pajak memiliki kemauan untuk memenuhi kewajibannya membayar pajak. Namun jika wajib pajak memiliki tingkat kesadaran yang rendah, maka wajib pajak tidak dapat menentukan perilakunya dengan tepat sehingga ada kecenderungan bagi wajib pajak untuk lalai membayar pajak (Nalendro, 2014)

Penelitian yang dilakukan oleh Lovihan (2014) dan Mory (2015) menunjukkan hasil bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kemauan membayar pajak. Maka, berdasarkan uraian teori yang sudah dipaparkan dan hasil penelitian terdahulu yang mendukung dapat disusun suatu hipotesis, yaitu :
H₁ : Kesadaran Wajib Pajak Berpengaruh Positif Terhadap Kemauan Membayar Pajak

2.4.2 Sosialisasi Perpajakan Mempengaruhi Hubungan Antara Kesadaran Wajib Pajak dengan Kemauan Membayar Pajak

Sosialisasi perpajakan dalam bidang perpajakan merupakan hal penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya 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 dan perundang-undangan. Sosialisasi ini dapat dilakukan melalui media komunikasi, baik media cetak seperti surat kabar, majalah maupun media audio visual seperti radio atau televisi (Sulistianingrum, 2009, dalam Dharma, 2014).

Berdasarkan Theory of Planned Behaviour, dalam salah satu kategorinya yaitu *normative beliefs* bahwa seseorang akan memiliki niat untuk berperilaku jika memiliki keyakinan tentang harapan normatif orang lain dan termotivasi untuk memenuhi harapan tersebut. Pada penelitian ini, sosialisasi perpajakan dapat menjadi motivasi bagi masyarakat untuk patuh dan mau membayar pajak. Dalam penelitian ini, sosialisasi perpajakan berperan sebagai variabel moderating. Apabila sosialisasi perpajakan memperkuat hubungan antara kesadaran wajib pajak dengan kemauan membayar pajak, maka wajib pajak akan semakin mendapat pengetahuan tentang perpajakan sehingga munculnya kesadaran dalam diri wajib pajak untuk melaksanakan kewajibannya sebagai warga negara yang baik yaitu membayar pajak. Maka, berdasarkan teori yang sudah dipaparkan dapat disusun suatu hipotesis, yaitu :

H₂ : Sosialisasi Perpajakan Berpengaruh Positif Terhadap Hubungan Antara Kesadaran Membayar Pajak dengan Kemauan Membayar Pajak

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuantitatif. Paradigma kuantitatif atau penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori – teori melalui pengukuran variabel – variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Indriantoro dan Supomo , 2013:12). Pengujian untuk mengetahui pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kemauan membayar pajak dan menentukan apakah kegiatan sosialisasi perpajakan dapat memoderasi hubungan antara kesadaran wajib pajak dan kemauan membayar pajak pada penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif

3.2 Jenis dan Sumber Data

Peneliti menggunakan dua sumber data dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian (Indriantoro dan Supomo, 2013:147). Peneliti memperoleh data primer tersebut langsung dari wajib pajak badan yang terdaftar di KPP Pratama Jember melalui kuesioner yang diisi langsung oleh para wajib pajak badan tersebut.

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan) (Indriantoro dan Supomo, 2013:147). Peneliti menggunakan data sekunder berupa data dari KPP Pratama Jember yaitu berupa jumlah wajib pajak badan pada 2014 dan realisasi PPh badan pada tahun 2014 dan 2015.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak badan yang terdaftar di KPP Pratama Jember. Data yang diperoleh peneliti dari KPP Pratama Jember adalah jumlah wajib pajak badan secara keseluruhan. Responden pada penelitian ini adalah pimpinan dari UMKM. Pada penelitian ini, peneliti menentukan sampel dengan menggunakan metode pemilihan sampel bertujuan (*Purposive Sampling*) dengan pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan (*Judgement Sampling*). Menurut Indriantoro dan Supomo (2013:131), pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan (*Judgement Sampling*) adalah tipe pemilihan sampel secara tidak acak dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Sampel pada penelitian ini memiliki beberapa kriteria tertentu, yaitu :

- a. Wajib pajak badan tersebut melakukan kegiatan usaha sektor UMKM yang terletak di Kawasan Administratif yaitu Kecamatan Patrang, Kaliwates, dan Sumpalsari
- b. UMKM tersebut bergerak di bidang manufaktur

Sugiyono (2014:133) menjelaskan bahwa Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* (1982:253) memberikan saran – saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : pria – wanita, pegawai negeri-swasta dan lain – lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti

4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing – masing antara 10 s/d 20.

Pada penelitian ini dalam menentukan jumlah sampel, peneliti mengambil kriteria yang pertama yaitu jumlah sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 59.

3.4 Metode Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara memberikan kuesioner secara langsung kepada pimpinan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang sudah dipilih melalui metode sampling.

3.5 Definisi Operasional Variabel

3.5.1 Variabel Independen

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah kesadaran wajib pajak. Menurut Ash. Shiddiq (2011), kesadaran perpajakan adalah suatu sikap sadar terhadap fungsi pajak, berupa konstelasi komponen kognitif, afektif dan konatif, yang berinteraksi dalam memahami, merasakan dan berperilaku terhadap makna dan fungsi pajak. Kesadaran perpajakan berkonsekuensi logis untuk wajib pajak, yaitu kerelaan wajib pajak memberikan kontribusi dana untuk pelaksanaan fungsi perpajakan, dengan cara membayar kewajiban pajaknya secara tepat waktu dan tepat jumlah.

Pada penelitian ini, variabel independen diukur dengan menggunakan skala Likert 5 poin dan kuesioner yang digunakan diadopsi dari penelitian Muhammad Ash. Shiddiq (2011) yang terdiri dari sebelas (11) pertanyaan. Pada penelitian ini, peneliti hanya mengambil delapan (8) pertanyaan dari kuesioner tersebut karena menyesuaikan dengan indikator variabel pada penelitian ini. Jawaban kuesioner tersebut terdiri dari beberapa kategori yaitu : kategori Sangat Setuju (SS) dengan poin 5, kategori Setuju (S) dengan poin 4, kategori Ragu – ragu dengan poin 3, kategori

Tidak Setuju (TS) dengan poin 2, dan kategori Sangat Tidak Setuju (STS) dengan poin 1. Indikator yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah :

- a. Dorongan hati nurani
- b. Bangga menjadi wajib pajak
- c. Sadar terhadap fungsi pajak
- d. Relu memberikan kontribusi untuk pelaksanaan fungsi pajak
- e. Memahami hak dan kewajiban wajib pajak
- f. Ketaatan wajib pajak untuk membayar pajak

3.5.2 Variabel Dependen

Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah kemauan membayar pajak. Menurut Anggraeni (2011), kemauan membayar pajak dapat diartikan sebagai suatu nilai yang rela dikontribusikan oleh seseorang (yang ditetapkan dengan peraturan) yang digunakan untuk membiayai pengeluaran umum negara dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) secara langsung. kemauan membayar pajak didukung oleh kesadaran membayar pajak, pengetahuan dan pemahaman terhadap peraturan perpajakan dan persepsi yang baik atas efektifitas sistem perpajakan

Pada penelitian ini, variabel dependen diukur dengan menggunakan skala Likert 5 point dan kuesioner yang digunakan diadopsi dari penelitian Desy Anggraeni (2011) yang terdiri dari delapan (8) pertanyaan. Pada penelitian ini, peneliti hanya mengambil tujuh (7) pertanyaan dari kuesioner tersebut karena menyesuaikan dengan indikator variabel pada penelitian ini. Jawaban dari kuesioner tersebut terdiri dari beberapa kategori yaitu kategori Sangat Setuju (SS) dengan poin 5, kategori Setuju (S) dengan poin 4, kategori Ragu – ragu dengan poin 3, kategori Tidak Setuju (TS) dengan poin 2, dan kategori Sangat Tidak Setuju (STS) dengan poin 1. Indikator yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah :

- a. Menyiapkan dokumen perpajakan
- b. Mendaftarkan diri sebagai wajib pajak
- c. Mencari informasi mengenai pelaksanaan perpajakan

- d. Alokasi dana penghasilan
- e. Memahami peraturan perpajakan

3.5.3 Variabel Moderating

Variabel moderating dalam penelitian ini adalah sosialisasi perpajakan. Sosialisasi perpajakan merupakan suatu sarana bagi wajib pajak untuk mendapatkan informasi perpajakan yang bisa diperoleh melalui berbagai media, seperti brosur, televisi, radio, koran, spanduk yang dipasang di jalan, ataupun sosialisasi langsung yang diberikan oleh petugas pajak. Informasi tentang perpajakan yang dapat diperoleh wajib pajak tersebut, misalnya mengenai tata cara pembayaran pajak, besarnya pajak yang dibayar, cara pengisian SPT, dan batas waktu pembayaran pajak. Kegiatan sosialisasi perpajakan tersebut bermanfaat bagi wajib pajak untuk lebih mengerti tentang perpajakan, baik fungsi dan manfaat dari pajak itu sendiri, sistem perpajakan yang digunakan, peraturan yang mendasari, sanksi yang dikenakan, dan media pembayaran pajak yang efektif.

Pada penelitian ini, variabel moderating diukur berdasarkan skala Likert 5 poin dan kuesioner yang digunakan diadopsi dari penelitian Dini Rachmawati (2014) yang terdiri dari sepuluh (10) pertanyaan. Pada penelitian ini, peneliti hanya mengambil sembilan (9) pertanyaan dari kuesioner tersebut karena menyesuaikan dengan indikator variabel pada penelitian ini. Jawaban dari kuesioner tersebut terdiri dari beberapa kategori yaitu kategori Sangat Setuju (SS) dengan poin 5, kategori Setuju (S) dengan poin 4, kategori Ragu – ragu dengan poin 3, kategori Tidak Setuju (TS) dengan poin 2, dan kategori Sangat Tidak Setuju (STS) dengan poin 1. Indikator yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah :

- a. Wajib pajak memahami materi yang disampaikan fiskus pajak
- b. Wajib pajak mengikuti sosialisasi perpajakan yang diadakan oleh kantor pajak
- c. Wajib pajak mendapatkan brosur dari kantor pajak
- d. Wajib pajak dapat mengetahui informasi perpajakan dari media cetak dan elektronik

- e. Wajib pajak dapat mengakses informasi perpajakan dari internet
- f. Wajib pajak mendapatkan informasi perpajakan dari spanduk yang dipasang di jalan – jalan.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel yang diteliti. Uji statistik deskriptif mencakup nilai rata-rata (mean), nilai minimum, nilai maksimum, dan nilai standar deviasi dari data penelitian (Julianti, 2014)

3.6.2 Uji Kualitas Data

Peneliti melakukan pengujian terkait kualitas data dengan menggunakan dua metode yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

3.6.2.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2013 : 52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas pada penelitian ini, peneliti menggunakan Pearson Correlation yaitu dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan – pertanyaan. Apabila Pearson Correlation yang didapat memiliki nilai dibawah 0,05 berarti data diperoleh adalah valid

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2013 : 47 – 48), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :

- a. Repeated Measure atau pengukuran ulang : Disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya
- b. One Shot atau pengukuran sekali saja : Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,70$ (Nunnaly, 1994)

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik One shot atau pengukuran sekali saja

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Normalitas

Menurut Latan dan Temalagi (2013:56), uji normalitas merupakan suatu pengujian untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang residual datanya berdistribusi normal. Jika residual data tidak terdistribusi normal, maka kesimpulan statistic menjadi tidak valid atau bias. Uji Normalitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :

- a. Melihat grafik probability plot. Apabila pada grafik tersebut tampak bahwa titik – titik menyebar berhimpit di sekitar garis diagonal dan searah mengikuti garis diagonal maka hal ini dapat disimpulkan bahwa residual data memiliki distribusi normal
- b. Uji Statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov jika nilai nilai probabilitas uji Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 5% (0.05) maka disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan cara yang kedua yaitu dengan menggunakan pendekatan statistik uji Kolmogorov – Smirnov.

3.6.3.2 Uji Multikolinieritas

Pengujian asumsi klasik multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Cara umum yang digunakan oleh peneliti untuk mendeteksi ada tidaknya problem multikolinieritas pada model regresi adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* adalah > 0.10 dan nilai VIF < 10 (Temalagi dan Latan : 2013 : 63)

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Latan dan Temalagi (2013:66), pengujian terhadap asumsi klasik heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah *variance* dari residual data satu observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Jika *variance* dari residual data sama disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau yang tidak terjadi problem heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi problem heteroskedastisitas pada model regresi antara lain :

- a. Dengan melihat grafik *scatterplot*, yaitu jika plotting titik – titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada suatu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas
- b. Dengan melakukan uji statistik Glejser yaitu dengan mentransformasi nilai residual menjadi absolut residual dan meregresnya dengan variabel independen dalam model (Gujarati dan Poter 2010). Jika diperoleh nilai signifikansi untuk variabel independen > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem heteroskedastisitas.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode yang kedua, yaitu dengan melakukan uji statistik Glejser

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013 : 97), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variable – variable independen dalam menjelaskan variasi variable dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variable – variable independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Misalnya diketahui hasil dari R^2 adalah 0,80 maka 80% dari variable dependen dapat dijelaskan oleh variable independen.

3.6.4.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variable independen terhadap variable dependen. Jika nilai signifikansi yang dihasilkan uji t < 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variable independen berpengaruh signifikan terhadap variable dependen. Cara lain untuk menguji signifikansi uji t adalah dengan membandingkan t statistic dengan t table. Jika t statistic > t table, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variable independen berpengaruh signifikan terhadap variable dependen (Latan dan Temalagi – 2013 : 81)

3.6.4.3 Analisis Regresi

a. Analisis Regresi Linear Sederhana (*Simple Regression Analysis*)

Menurut Latan dan Temalagi (2013:81), analisis regresi linear sederhana merupakan teknik analisis regresi yang menganalisis model secara sederhana dengan hanya menggunakan satu variabel independen dan satu variabel dependen saja. Persamaannya ditulis sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

b. Analisis Regresi Linear Berganda (*Moderated Regression Analysis*)

Seperti yang diketahui bahwa *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan cara umum yang digunakan untuk menguji efek moderasi dimana dalam persamaan regresi linearnya mengandung unsur interaksi (perkalian dua variabel antara variabel independen dan variabel moderator). Persamaannya dapat ditulis sebagai berikut. (Latan dan Temalagi – 2013 : 98):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + e$$

Keterangan :

Y	= Kemauan Membayar Pajak
α	=Konstanta
$\beta_1 - \beta_3$	=Koefisien Regresi
X_1	=Kesadaran Wajib Pajak
X_2	=Kegiatan Sosialisasi Perpajakan
$X_1 X_2$	= Interaksi antara kesadaran wajib pajak dengan sosialisasi Perpajakan
e	= <i>Error Term</i> , yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian