

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Sampel dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak UMKM yang membayar pajak penghasilan di KPP Pratama Kabupaten Bantul. Penyebaran kuesioner dilakukan pada tanggal 30 Januari 2017 sampai 8 April 2017. Peneliti telah menyebarkan kuesioner sebanyak 120 eksemplar kepada responden. Responden yang mengembalikan kuesioner sebanyak 112 buah namun ada 8 orang yang tidak mengisi secara lengkap baik data pribadi maupun pernyataan-pernyataan dalam angket. Jumlah kuesioner yang digunakan dalam analisis sebanyak 104 buah.

Tabel 4.1
Analisis Pengembalian Kuesioner

Kuesioner	Jumlah	Persen (%)
Jumlah disebar	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, usai 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,%%) merupakan kelompok responden dengan persentase yang paling sedikit.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Peneliti mengkategorikan 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 varaibel 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.

C. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Korelasi *product moment* digunakan untuk mengetahui apakah item-item pertanyaan valid atau tidak. Item pertanyaan dapat dikatakan valid apabila nilai korelasi skor butir dan skor total mempunyai signifikan kurang dari 5%. Hasil dari uji validitas tiap-tiap butir pertanyaan dalam masing-masing variabel penelitian ditunjukkan dalam Tabel 4.6. .

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir	R	<i>p-value</i>
Sosialisasi	X1.1	0,644	0,000
	X1.2	0,697	0,000
	X1.3	0,704	0,000
	X1.4	0,885	0,000
	X1.5	0,606	0,000

Lanjutan Tabel 4.6

Kesadaran	X2.1	0,826	0,000
	X2.2	0,650	0,000
	X2.3	0,745	0,000
	X2.4	0,766	0,000
	X2.5	0,715	0,000
	X2.6	0,692	0,000
	X2.7	0,741	0,000
	X2.8	0,459	0,011
	X2.9	0,694	0,000
	X2.10	0,632	0,000
Persepsi	X3.1	0,814	0,000
	X3.2	0,763	0,000
	X3.3	0,811	0,000
	X3.4	0,812	0,000
	X3.5	0,741	0,000
Kepatuhan	Y.1	0,892	0,000
	Y.2	0,889	0,000
	Y.3	0,851	0,000
	Y.4	0,890	0,000
	Y.5	0,877	0,000
	Y.6	0,752	0,000
	Y.7	0,867	0,000
	Y.8	0,855	0,000

Sumber: Hasil olah data, lampiran 4

Hasil uji validitas menunjukkan semua nilai signifikansi pada masing-masing butir pertanyaan untuk variabel penelitian lebih kecil dari 0,05 artinya semua item pertanyaan yang digunakan untuk penelitian ini valid, dan data yang diperoleh dapat digunakan seluruhnya.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas berbeda dengan validitas. Pengujian validitas masing-masing butir pertanyaan ditinjau satu persatu, sedangkan pengujian reliabilitas semua butir pertanyaan pada sebuah variabel ditinjau secara

keseluruhan. Pengujian reliabilitas menggunakan teknik *cronbach alpha* dengan program SPSS 16.0, hasilnya dapat ditunjukkan dalam Tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Sosialisasi	0,755	Reliabel
Kesadaran	0,874	Reliabel
Persepsi	0,851	Reliabel
Kepatuhan	0,948	Reliabel

Sumber: Hasil olah data, lampiran 4

Nilai *cronbach's alpha* pada semua variabel sosialisasi, kesadaran, persepsi dan kepatuhan lebih besar dari 0,6, sehingga semua variabel bebas dan terikat dapat dikatakan reliabel.

D. Hasil Pengujian Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* (KS) untuk nilai residu *unstandardized* disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas *OneSample Kolmogorov-Smirnov*

	Z	<i>p-value</i>	Kesimpulan
<i>One-Sample KS</i>	0,509	0,958	Normal

Sumber: Hasil olah data, lampiran 4

Nilai *p-value* (*2-tailed*) pada Tabel 4.8 sebesar 0,958 atau lebih besar dari 5% sehingga data dalam model regresi terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk membuktikan tidak adanya korelasi yang besar antar variabel bebas dalam model penelitian. Hasil uji multikolinearitas untuk variabel sosialisasi, kesadaran dan persepsi dilampirkan di Tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel bebas	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
Sosialisasi	0,769	1,300
Kesadaran	0,979	1,021
Persepsi	0,718	1,281

Sumber: Hasil olah data, lampiran 4

Nilai VIF untuk variabel sosialisasi sebesar 1,300 atau kurang dari 10 sehingga tidak ada gejala multikolinearitas pada variabel tersebut. Nilai VIF untuk kedua variabel kesadaran (1,021) dan persepsi (1,281) juga lebih kecil dari 10, sehingga kedua variabel tersebut tidak ada gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Glejser ini dilakukan pada semua variabel bebas kemudian diregresikan dengan nilai absolut residu. Hasil uji Glejser dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel terikat	Variabel bebas	<i>p value</i>
Abs Ut	Sosialisasi	0,129
	Kesadaran	0,909
	Persepsi	0,122

Sumber: Hasil olah data, lampiran 4

Hasil perhitungan uji Glejser menunjukkan semua variabel bebas tidak berpengaruh terhadap nilai absolut nilai residu ($Abs Ut$), karena memiliki nilai signifikan lebih besar dari 5%. Kesimpulan dari uji Glejser tersebut adalah gejala heteroskedastisitas tidak terjadi pada model regresi penelitian ini.

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 $p\text{-value}$ $(0,000) < \alpha$ $(0,05)$ 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 $p\text{-value}$ $(0,000) < \alpha$ $(0,05)$ 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 $p\text{-value}$ $(0,000) < \alpha$ $(0,05)$ 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, kesadran dan persepsi Wajib Pajak, sedangkan sisanya sebesar 57,6% dijelaskan variabel lain di luar model.

F. Pembahasan

Hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini membuktikan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Menurut Mustofa (2007:10):

Sosialisasi merupakan sebuah konsep umum yang dapat diartikan sebagai proses belajar melalui interaksi dengan orang lain, tentang cara berpikir, merasakan dan bertindak dimana kesemuanya itu merupakan hal-hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Puspitasari (2014) yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Semakin tinggi intensitas sosialisasi perpajakan yang

dilakukan maka akan semakin tinggi tingkat kepatuhan Wajib Pajak (Rohmawati, Prasetyono, dan Rimawati, 2013).

Hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini membuktikan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Kesadaran Wajib Pajak atas fungsi perpajakan sebagai pembiayaan negara sangat diperlukan untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak (Jatmiko, 2006). Hasil penelitian ini sejalan dengan dari Asri (2009) yang menemukan bahwa kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Semakin tinggi tingkat kesadaran Wajib Pajak maka pemahaman dan pelaksanaan kewajiban perpajakan semakin baik sehingga dapat meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak (Muliari dan Setiawan, 2011).

Hasil pengujian penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi wajib pajak UMKM atas PP Nomor 46 Tahun 2013 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Persepsi atas pajak merupakan kesan yang dirasakan oleh masyarakat terhadap PP Nomor 46 Tahun 2013. Semakin tinggi persepsi yang baik atas PP Nomor 46 Tahun 2013 maka semakin tinggi pula kepatuhan Wajib Pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan Imaniati (2016) yang menyatakan persepsi Wajib Pajak tentang penerapan PP No. 46 tahun 2013 mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Yogyakarta. Namun penelitian Setyaningsih dan Ridwan (2014) menemukan ada kecenderungan Wajib Pajak UMKM untuk melakukan negoisasi pajak

meskipun belum memahami perpajakan secara umum baik pajak yang bersifat final dan tidak final.