

KOMUNIKASI DUA ARAH DAPAT MERESPON PELAKU UKM DALAM MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK

Hiras Pasaribu¹, Asep Saefudin, Alp. Yuwidianoro
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta,
Indonesia

ABSTRACT

Small and Medium Enterprises (SMEs) have limited resources, therefore it is necessary to mediate not only the understanding of taxation, but can help to develop business management, so that SMEs get the ease of developing the business and will have a positive impact on SME players. Thus Taxpayers will respond positively to tax pay compliance. This research will continue the development of SME governance. However, the first year of this study will first see the quality of education and understanding of the taxpayer, with the aim is, to determine the effect of the quality of extension services tax and tax understanding of the taxpayer compliance response. The method used is an eplanatory survey of 100 SMEs in Yogyakarta. To get data using questionnaire. By sending a questionnaire by post or e-mail, many respondents do not return it, then do it directly collect from the respondent. Data Testing is done by Partial Leas Squar (PLS) method. PLS does not assume any particular distribution for parameter estimation, so no parametric technique is required to test parameters. The result of this research conclude that the quality of service of tax service influence but very low to taxpayer compliance, while the understanding of taxpayer has a significant effect on taxpayer compliance.

Keywords: *quality service, comprehension and taxpayer compliance*

PENDAHULUAN

Ketidakpatuhan wajib pajak dalam membayar kontribusi wajib kepada negara yang terutang disebabkan oleh tata kelola usaha yang kurang baik, karena tidak adanya standar operasi UMKM serta kurangnya pemahaman wajib pajak mengenai sistem informasi akuntansi pajak. Tata kelola adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka; atau dengan kata lain suatu sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan (FCGI, 2006).

Sistem informasi akuntansi hanya diterapkan di perusahaan-perusahaan besar. Sedangkan UMKM yang berkontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia sebesar 90% belum menerapkan sistem informasi akuntansi. Padahal kontribusi UMKM yang cukup besar terhadap PDB Indonesia merupakan potensi sumber pajak penghasilan yang cukup besar. Menurut Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, kontribusi sektor UMKM terhadap pendapatan domestik bruto (PDB) dalam lima tahun terakhir mengalami lonjakan dari 57,84% menjadi 60,34% ditahun 2016. Melihat potensi pajak penghasilan yang cukup

¹ pasaribuhiras@yahoo.com

besar ini sangat disayangkan bahwa pada tahun 2013, UMKM hanya menyumbang 5% dari total penerimaan pajak Negara. Tingkat kepatuhan wajib pajak dapat dinilai berdasarkan selisih dari jumlah pajak yang diterima oleh negara dengan jumlah pajak yang seharusnya diterima. Semakin besar atau kecil selisih tersebut menunjukkan tingkat kepatuhan yang tinggi atau rendah. Terdapat hubungan terbalik antara besar selisih pajak yang diterima oleh pemerintah dengan kepatuhan wajib pajak. Semakin besar selisih yang diterima pemerintah terhadap jumlah yang sesungguhnya diterima oleh pemerintah menunjukkan semakin rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak. Tata kelola yang baik dan Sistem Informasi Akuntansi Pajak mempengaruhi kemudahan dalam pengelolaan usaha. Adanya tata kelola serta ketersediaannya data mengenai sistem informasi akuntansi pajak dapat memberikan kemudahan bagi wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya.

Selain tata kelola serta ketersediaan data mengenai system informasi akuntansi pajak, didirikannya Tax Center juga akan memudahkan wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya dengan cara memberikan informasi dan pendidikan pajak. Adanya informasi dan pendidikan pajak akan memberikan pengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Pada tahun 2010 Direktorat Jenderal Pajak telah bekerja sama dengan 47 Universitas di Indonesia untuk mendirikan *Tax center*. Peran *Tax Center* di perguruan tinggi yang melibatkan civitas akademika sangat bermanfaat dalam memberikan bimbingan perpajakan kepada masyarakat, turut serta memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai perpajakan kepada masyarakat, dan menyediakan sarana bagi masyarakat luas untuk dapat mempelajari dan memahami. Berdasarkan hal-hal tersebut diperlukan kajian yang lebih dalam mengenai peran tax center dan civitas akademika secara berkelanjutan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Respon wajib pajak terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Dirjen Pajak sangat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Kualitas layanan yang baik apabila tujuan penyuluhan dan kecepatan layanan administrasi wajib pajak dapat memuaskan wajib pajak. Efektif tidaknya kualitas layanan pajak kepada wajib pajak sangat ditentukan komitmen Direktorat Pajak (Dirjen) Pajak. Ketersediaan sumber daya Dirjen pajak khususnya memberikan penyuluhan kepada wajib pajak sangatlah terbatas. Oleh karena itu diperlukan peran serta masyarakat baik dari kalangan perguruan tinggi dan organisasi profesi akuntansi sebagai mediasi untuk memberi penyuluhan langsung kepada wajib pajak.

Sebenarnya penelitian yang sama belum pernah dilakukan. Sebagian objek yang akan diteliti pernah dilakukan peneliti terdahulu oleh Subagyo dan Gendut (2012), tentang penelitian kualitas layanan pajak menggunakan model 4 D (Diskonfirmasi, Disastisfaksi, Disonansi, dan Disaffeksi) yang dilakukan pada Kantor Pelayanan Pajak Sidoarjo Barat. Hasil penelitian Subagyo et al. (2012) menyimpulkan bahwa Diskonfirmasi, Disastisfaksi,

dan Disafeksi belum mampu mengevaluasi kualitas layanan perpajakan yang diberikan oleh KPP Sidoarjo Barat, sedangkan model Disonasi mampu mengevaluasi kualitas layanan perpajakan yang diberikan oleh KPP Sidoarjo Barat.

Model 4 D dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan secara kualitatif, yaitu dengan cara membandingkan antara *actual performance* dengan standar tertentu (*base line*) yang mencerminkan *performance* yang dicapai pelanggan sebagai *focal brand* yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka (Dawes, 1999) dan (Poerwanto, 2000). Hasil perbandingan akan dikategorikan menjadi "sama dengan", "lebih baik dari" atau "lebih buruk dari" standar.

Penelitian lain pada para pelaku UMKM oleh Saptowibowo (2012) diantara penelitiannya menyoroti tentang tingkat kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini menyimpulkan tingkat pemahaman akuntansi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian apabila wajib pajak semakin memahami peraturan perpajakan, maka wajib pajak semakin mudah menghitung dan memenuhi kewajiban pajaknya. Perbedaan kedua penelitian Subagyo dan Gendut (2012) lebih menyoroti kepada pelayanan administratif kepada semua tingkat wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak (KPP), sedangkan Saptowibowo (2012) lebih menyoroti kepada praktik akuntansi pajak pada UMKM. Namun kedua penelitian ini sama sama memfokuskan kepada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Penelitian ini ingin melakukan pengembangan tata kelola pada UKM sebagai strategi pemajakan terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas penyuluhan layanan pajak dan pemahaman pajak terhadap respon kepatuhan wajib pajak.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pendekatan masalah yang digunakan pada tahun pertama adalah melakukan survey kualitas penyuluhan, pemahaman pajak serta pengaruhnya tingkat respon kepatuhan wajib pajak pada pelaku UKM. Setelah mengetahui tingkat respon kepatuhan wajib pajak dari hasil survei, maka data dari hasil penelitian ini akan dianalisis lebih lanjut pada tahun berikutnya dengan menggunakan analisis SWOT, suatu teknis analisis yang mengidentifikasi secara sistematis dari berbagai faktor untuk merumuskan suatu strategi perusahaan. Analisis ini menggunakan dasar logika yang memaksimalkan kekuatan (*strengths*), peluang (*opportunity*), dan meminimalkan kelemahan (*weaknesses*), ancaman atau *thereats* (Rangkuti, 2001). Dari hasil data yang dianalisis dijadikan sebagai dasar untuk mengembangkan tata kelola dan penyusunan sistem informasi Akuntansi Pajak sesuai kebutuhan UKM; Selain menata kelola UKM perlu melakukan praktik sistem informasi akuntansi yang sudah dirancang. Praktik ini dilakukan sebagai pemahaman awal bagi UKM,

namun sebagai basis pengawasan awal yang akan dilakukan KPP pada masa yang akan datang; dan selanjutnya pada tahun ke tiga, akan melakukan survey respon kepatuhan wajib pajak sesudah penata kelolaan dan penyusunan sistim informasi akuntansi pajak pada UKM.

Manfaat hasil penelitian yang diharapkan adalah (1) dapat memberdayakan UKM menjadi usaha yang mandiri, yaitu memiliki kepatuhan membayar pajak; (2) UKM adalah sebagai wajib pajak perlu mendapat perhatian tidak hanya dari pihak pemerintah khususnya Dirjen Pajak melalui penyuluhannya, tetapi perlu peran masyarakat akademisi sebagai mediasi untuk membantu pemerintah mencerdaskan pelaku UKM, agar merespon positif atas kualitas layanan pajak dan (3) Sebagai output yang diharapkan adalah kesadaran wajib pajak semakin tinggi membayar pajak, maka penerimaan pemerintah dari pajak semakin tinggi pada tahun 2016. Pemerintah mengeluarkan kebijakan pengampunan pajak yang ditujukan kepada Wajib Pajak yang mana Wajib Pajak yang belum mengungkapkan hartanya dapat memanfaatkan kebijakan tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan metode survei penjelas (*eplanatory survey*) terhadap sampel berjumlah 100 UKM di DIY. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian deskriptif survey, karena data penelitian diperoleh menggunakan instrumen kuesioner (Singarimbun, 2006). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan survey lapangan untuk mengetahui lebih dekat hasil capaian UKM di lokasi empat kabupaten dan Kota di D.I. Yogyakarta. Langkah yang dilakukan adalah Survey kualitas terhadap penyuluhan, pemahaman pajak dan kepatuhan wajib pajak.

Sumber data penelitian ini yaitu: manajer UKM ataupun bagian akuntansi UKM yang disebut sebagai responden. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan statistik *Partial Least Square* (PLS).

Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Respon Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan Wajib Pajak adalah terpenuhinya ketaatan dalam melaksanakan ketentuan dan peraturan perpajakan para wajib pajak. Dengan menggunakan indikator dari penelitian Chaizi Nasucha (2004) yang menggolongkan kepatuhan Wajib Pajak jika yang bersangkutan: (1) Mendaftarkan NPWP, artinya pelaku UMKM terdaftar sebagai Wajib Pajak dan memiliki NPWP; (2) Menghitung pajak terutang, yang meliputi pencatatan peredaran bruto sebagai dasar pengenaan pajak, perhitungan pajak terutang, serta perhitungan pajak

kurang bayar; (3) Membayar pajak, yaitu pelunasan pajak terutang baik masa maupun tahunan sesuai dengan kewajiban; dan (4) Melaporkan SPT, merupakan penyampaian Surat Pemberitahuan dengan benar dan tepat waktu sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Kualitas Penyuluhan Layanan Pajak

Penyuluhan merupakan bagian dari layanan pajak. Kualitas layanan dinyatakan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterimanya (Parasuraman, 2007). Untuk mengukur kualitas Penyuluhan Layanan Pajak, menggunakan model 4 D (Diskonfirmasi, Disatisfaksi, Disonasi, dan Disaffeksi). Model ini mampu mengevaluasi secara negatif terhadap kualitas layanan perpajakan.

Diskonfirmasi merupakan satu bentuk sikap umum, walaupun terkait tetapi tidak sama dengan kepuasan (*satisfaction*). Sikap umum ini merupakan hasil dari perbandingan harapan dengan persepsi. Disatisfaksi adalah sebagai hasil transaksi tertentu mengakibatkan mengubah sikap kearah negatif, misal adanya satu pengalaman buruk dalam mengkonsumsi suatu jasa (Dawes dan Rowley, 1999). Disonasi adalah disonasi kognitif. Kognitif artinya *knowledge* (pengetahuan), sedangkan disonasi artinya ketidakcocokan (Myers dan Tyrant, 1999). Disaffeksi muncul dari adanya diskonfirmasi dan satu keyakinan bahwa suatu jasa tertentu berkualitas rendah, yang mengarah pada penolakan total terhadap produk jasa tersebut. Disaffeksi Pelanggan seperti ini akan mengarah pada "*terrorist atau defector*" dan akan segera dan cepat menceritakan pengalaman buruk ke sebanyak mungkin orang tentang pengalaman buruknya dalam mengkonsumsi jasa tertentu.

Pemahaman Wajib Pajak

Pemahaman dalam Kamus Bahasa Indonesia (1996) disebut sebagai proses, perbuatan, cara memahami atau memahamkan. Suatu cara wajib pajak dapat menginterpretasikan atau memandang peristiwa, objek, serta manusia dalam suatu gambaran yang berarti. Pengertian pemahaman ini disebut juga sebagai persepsi (Lubis, 2011). Indikator yang digunakan terdiri dari: (1) faktor internal orang yang bersangkutan yang meliputi sikap, motif, kepentingan dan pengalaman (2) faktor eksternal yang dipengaruhi oleh situasi waktu, keadaan tempat kerja, dan keadaan sosial; dan (3) faktor target, yaitu meliputi adanya perubahan, latar belakang, kedekatan, dan ukuran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian kualitas data penelitian menggunakan metode PLS, *outer* model dan *inner* (struktural). *Outer* model (*outer relation* atau *measurement*) adalah untuk mengetahui apakah setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. *Inner* model atau model struktural adalah menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada

substantif theory. Pengujian Outer Model (Measurement Model), penelitian ini menggunakan dua penilaian, yaitu Uji *Convergent Validity* dan *composite reliability*.

Uji *Convergent Validity*

Hasil Uji *convergen validity* diperoleh koefisien korelasi masing-masing 10 (sepuluh) item dari masing-masing variabel Kualitas Penyuluhan layanan pajak, Pemahaman pajak, Respon kepatuhan wajib pajak. adalah lebih besar dari 0,600. Faktor loading untuk langkah pertama sudah memenuhi *convergen validity* yaitu nilainya semua di atas 0,50.

Uji *Composite Reliability*

Hasil uji *Composite Reliability*. Uji *composite reliability* dilakukan untuk menguji *reliability* dari variabel-variabel penelitian. Uji *composite reliability* dikatakan *reliable* apabila nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,500.

Tabel 1. Uji *Composite Reliability*

Variabel	Composite Reliability	R. Square	Cronbach Alpha
Kualitas Penyuluhan layanan pajak (X ₁)	0,884118		0,855456
Pemahaman pajak (X ₂)	0,910791		0,891900
Respon kepatuhan wajib pajak (Y)	0,923395	0,366590	0,907482

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan semua variabel memiliki *composite reliability* maupun menggunakan *Cronbach Alpha* adalah di atas 0,500. Berarti variabel kualitas penyuluhan layanan pajak, pemahaman pajak, Respon kepatuhan wajib pajak memiliki reliabilitas tinggi.

Pengujian Inner Model (Model Struktural)

Koefisien Determinasi

Inner model untuk melihat hubungan antara konstruk dan nilai signifikansi serta nilai R-square yang ditunjukkan pada Tabel 1. Nilai R-square sebesar 36,70. Berarti variabel konstruk Respon kepatuhan wajib pajak (RKWP) sebesar 36,70 persen dapat dijelaskan Kualitas Penyuluhan layanan pajak (KPL) dan Pemahaman pajak oleh wajib pajak (PP), sedangkan 63,30 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Analisis Model Struktural: Pengaruh Secara Parsial

Analisis model struktural dilakukan dengan mengevaluasi hasil estimasi parameter koefisien *path* dan tingkat signifikansinya. Adapun hasil uji signifikansi koefisien *path* dari masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Koefisien Parameter dan Nilai Statistik Antar Variabel

Variabel	Original sample estimate (O)	Mean of sub-samples (M)	Standard deviation (STDEV)	Standar Error (STERR)	T-Statistic (ÍO/STERR)
KPL (X ₁) -> RKWP (Y)	0.2842	0.2905	0.0792	0.0792	3.5898
PP-WP (X ₂) -> RKWP (Y)	0.4019	0.4089	0.4090	0.0743	5.4105

Berdasarkan data pada Tabel 2 dapat diketahui bahwa, uji hubungan antara konstruk menunjukkan bahwa konstruk Kualitas Penyuluhan layanan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dengan koefisien parameter sebesar 0,2842 dan signifikan pada 5% (T_{hitung} lebih besar daripada 1.96), sedangkan konstruk Pemahaman pajak oleh wajib pajak berpengaruh positif lebih besar terhadap kepatuhan wajib pajak dengan koefisien parameter sebesar 0,4019 dan signifikan pada 5% ($T_{hitung} > 1.96$).

Pengujian Hipotesis

Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95 % ($\alpha = 0,05$) dan *degree of freedom (df)*, serta ($n - k$) diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,003, maka hasil penghitungan uji t diperoleh nilai t_{hitung} variabel Kualitas Penyuluhan layanan pajak (X_1) sebesar 3,589, nilai t_{hitung} variabel Pemahaman pajak (X_2) sebesar 5,410. Masing-masing lebih besar dari t_{tabel} . Berdasarkan hasil analisis *Partial Least Square (PLS)* dengan uji t diketahui nilai t_{hitung} untuk masing-masing variabel lebih besar daripada nilai t_{table} . Dengan demikian, maka hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan perpajakan dan Pemahaman pajak oleh wajib pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan wajib pajak dapat diterima.

Pembahasan

Secara parsial pengaruh terbesar terhadap kepatuhan wajib pajak adalah pemahaman pajak oleh wajib pajak (X_2) sebesar 5,410, sedangkan pengaruh terendah adalah Kualitas layanan pajak (X_1) sebesar 3.589. Interpretasi penelitian ini adalah untuk meningkatkan Kepatuhan wajib pajak, maka pemahaman wajib pajak memberikan dukungan terbesar pada kepatuhan wajib pajak UKM, baik dilihat dari faktor internal (sikap wajib pajak, motif, kepentingan dan pengalaman), faktor eksternal (yang dipengaruhi faktor situasi waktu, keadaan tempat kerja dan keadaan sosial), dan faktor target (meliputi adanya perubahan, latar belakang, kedekatan dan ukuran). Semakin baik sikap wajib pajak, motif wajib pajak, kepentingan memajukan usaha dan semakin banyak pengalaman wajib pajak UKM, akan mendukung pemahaman pajak oleh wajib pajak UKM dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Kualitas Penyuluhan Layanan Pajak memberikan pengaruh terendah terhadap kepatuhan wajib pajak UKM, baik dilihat dari Diskonfirmasi, Disatisfaksi, Disonasi dan Disafeksi. Hal ini menunjukkan Kualitas Penyuluhan Layanan Pajak masih rendah memberikan dukungan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berarti semakin besar Diskonfirmasi, Disatisfaksi, Disonasi dan Disafeksi pada pengusaha UKM, maka akan semakin baik dukungan pengusaha UKM untuk memenuhi kepatuhan wajib pajaknya. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Saptowibowo (2012), yang mengemukakan terdapat pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan perpajakan dan pemahaman pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. kualitas penyuluhan layanan pajak mempunyai pengaruh terendah terhadap kepatuhan wajib pajak. Berarti semakin besar Diskonfirmasi, Disatisfaksi, Disonasi dan Disafeksi pada pengusaha UKM, maka akan semakin baik dukungan pengusaha UKM untuk memenuhi kepatuhan wajib pajaknya. Pemahaman pajak mempunyai pengaruh terbesar terhadap kepatuhan wajib pajak. Berarti cukup tingginya Kepatuhan wajib pajak, didorong pemahaman wajib pajak UKM, baik dilihat dari faktor internal (sikap wajib pajak, motif, kepentingan dan pengalaman), faktor eksternal (yang dipengaruhi faktor situasi waktu, keadaan tempat kerja dan keadaan sosial), dan faktor target (meliputi adanya perubahan, latar belakang, kedekatan dan ukuran). Semakin baik sikap wajib pajak, motif wajib pajak, kepentingan memajukan usaha dan semakin banyak pengalaman wajib pajak UKM akan mendukung pemahaman pajak pengusaha UKM dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Saran

Peningkatan layanan pajak pada UKM saat ini masih dibutuhkan dalam rangka meningkatkan kepercayaan wajib pajak. Dari hasil observasi, pelaku UKM di DIY sangat membutuhkan komunikasi langsung dengan pengusaha UKM. Dengan demikian para pelaku UKM merasa mendapat perhatian yang tinggi. Komunikasi dua arah dapat merespon pelaku UKM dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

DAFTAR PUSTAKA

Dawes & Rowley. (1999). Negative Evaluation of Service Quality – A Framework For Identification and Responce. *Journal Of Marketing Practice: Applied Marketing Science*. 5 (2), 42-55.

Parasuraman, A. (2007). *Marketing Research*, 3 Edisi 2nd ed. Boston: Houghton Mifflin.

- Poerwanto, Hendra. (2000). Mengevaluasi Kualitas Layanan dengan Model 4D, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 2(2), 59-67.
- Saptowibowo, S. F. (2012). Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap tingkat pemahaman Akuntansi Pajak serta Dampaknya terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak dengan Account representative sebagai Variabel Moderating (Studi Impiris pada UMKM di Kludan Sidoarjo). *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur*. 193-206.
- Subagio, et al. (2012). Mode 4D Diskonfirmasi, Disatisfaksi, Disonasi dan Disafeksi, *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur*.
- Rangkuti, Freddy. (2001). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.