



**Analisa Bisnis Ekonomi Kreatif Sub Sektor Fashion Untuk Meningkatkan Kepatuhan
Wajib Pajak
(Studi Kasus Pada Pelaku Ekonomi Kreatif di Kota Malang)**

Oleh:

Wardatul Jannah*)

Jeni Susyanti)**

Budi Wahono)**

Email: wardajannah64@gmail.com

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

Abstract

The purpose of this study was to analyze creative economic entrepreneurs of the fashion sub-sector to improve taxpayer compliance. The population is 60 fashion sub-sector creative economic entrepreneurs in Malang City. The sampling technique uses purposive sampling methods. Data collection was carried out using primary data through interviews, questionnaire and observation. The data testing techniques used in this study include instrument data test, normality test, and simple linear regression analysis. By looking at the result of the analysis and discussion of the data, this research obtain conclusions that can be drawn from the research on the analyze creative economic entrepreneurs in the fashion sub-sector in order to meet taxpayer compliance in Malang city is still not high enough, because based on the results of the analysis show that the fashion sub-sector creative economic business significantly on negative affects taxpayer compliance with a t-count value of -0,518 and a significance value of 0,606. The significance of the negative coefficient means that there is a negative relationship between variable X and Y, the more the creative economy of the fashion sector (X) increases, the lower the taxpayer compliance (Y).

Keywords: *creative economic, fashion, taxpayer compliance.*

Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat, menjadikan tatanan komunikasi global yang sangat mudah dan efisien. Pengaruh percepatan proses globalisasi menjadikan kehidupan manusia sekarang ini mengalami perubahan terutama di bidang teknologi, misalnya ekonomi dan bisnis, tidak hanya itu karakter, dan perilaku menjadikan lebih menurun. Dampak yang paling nyata adalah pada dunia ekonomi dan bisnis sehingga daya saing menjadi kunci utama untuk sukses. Daya saing ini tidak hanya muncul dalam bentuk produk dengan jumlah banyak tetapi juga

berkualitas dan inovatif. Setiap pelaku bisnis dituntut memiliki keterampilan untuk menciptakan inovasi dan produk baru. Kualitas produk bisa didapat melalui dengan menciptakan produk inovasi yang unik, berbeda dari produk lain, dan membutuhkan kreativitas yang tinggi.

Sistem industri kreatif dipercaya dapat menggusur system ekonomi yang telah berlangsung seperti sistem ekonomi pertanian, ekonomi industri, dan ekonomi komunikasi. Indonesia memiliki budaya yang beraneka ragam dan dihuni oleh sekitar 255 juta penduduk mempunyai kekuatan yang sangat besar dalam mengembangkan industri ekonomi kreatif ini, termasuk bagian dari perkembangan industri kreatif sektor *fashion*. Dengan adanya pengembangan tersebut dalam bidang *fashion*, jadi *fashion* dari tahun ke tahun telah bermetamorfosis dari kebutuhan penting manusia sebagai pelindung tubuh menjadi kebutuhan akan *life style* di era ini.

Pengembangan ekonomi kreatif untuk dekade terakhir ini dapat menjadi salah satu jalan keluar, sekaligus strategi global dalam menjaga perkembangan ekonomi, di tengah perekonomian dunia yang fluktuatif. Industri kreatif yang bergantung pada pemanfaatan pengetahuan dan produktivitas dipercaya telah menjelma menjadi tren dan kekuatan baru yang mewarnai kompetisi dan arah pengembangan ekonomi. Industri kreatif juga memiliki peran penting bagi daya saing, sebagaimana dilakukan banyak negara yang sungguh-sungguh melakukan inovasi, mengupayakan pemasaran yang dapat menembus pasar global. Inovasi dan kreativitas menjadi kunci dalam stagnannya perekonomian. Kemudian, rancangan ekonomi kreatif tersebut diyakini dapat mendapatkan atensi yang sangat bagus di berbagai negara, karena ternyata bisa menghasilkan kontribusi yang jelas terhadap perekonomian (Sitepu, 2016).

Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) mempunyai 16 subsektor yaitu “bidang *application and game developer*, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, *fashion*, film, animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, dan televisi dan radio”. Berdasarkan 16 jenis sektor dalam ekonomi kreatif terdapat 5 jenis ekonomi kreatif terbesar yang mampu memberikan kontribusi terhadap PDB Indonesia diantaranya kuliner 41,69%, *fashion* 18,15%, kriya 15,70%, TV dan Radio 7,78% dan penerbitan 6,29%.

Kepala Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) Triawan Munaf menjelaskan bahwa “potensi ekonomi kreatif untuk berkembang di Indonesia sangatlah besar. Dia mengungkapkan selama ini ada tiga subsektor utama pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia yakni kuliner, *fashion* dan kriya”.

Sektor industri kreatif mempunyai dampak yang cukup signifikan bagi perekonomian usaha kecil dan menengah, karena kebanyakan di industri ekonomi kreatif dijalankan oleh kaum millennial yang berusia antara 26 – 30 tahun sebesar 26,1% dan berusia antara 31 – 35 tahun sebesar 32,6%, dan pelaku UMKM sebesar 67,4 %. Bisnis ini menjadi potensi cikal bakal untuk Indonesia sebagai negara maju, beberapa produk

UMKM seperti produk kerajinan dan fashion memiliki peluang yang sangat besar dalam menembus pasar ekspor (Susyanti, 2014).

Meningkatnya jumlah wirausaha dari sektor ekonomi kreatif, tidak memberikan dampak yang besar terhadap penerimaan pajak negara. Dampak ini tidak disebabkan dari ketidakmauan masyarakat memberikan partisipasi pada Negara melalui pembayaran pajak, namun disebabkan adanya masalah dalam menjalankan bisnis kreatif nya, disamping kurangnya pengetahuan informasi mengenai pelaku ekonomi kreatif terhadap kewajiban perpajakan yang harus dilakukan (Susyanti, Askandar dan Mardani, 2014).

“Meningkat kesadaran dan kepatuhan wajib pajak merupakan faktor penting bagi peningkatan penerimaan pajak, maka dalam mencapai target pajak, perlu ditumbuhkan terus menerus kesadaran dan kepatuhan masyarakat wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku” (Mustikasari, 2007:3). Usaha mikro kecil menengah tidak sepenuhnya paham detail dalam melakukan perhitungan *benefit* dan omset usaha (Suryana, 2013), di dalam keuntungan dan omset usaha adalah menjadi dasar pembayaran pajak. Dalam hal ini masih banyak pelaku UMKM masih belum mengetahui tentang kewajiban dan tatacara pembayaran pajak.

Rumusan Masalah

Melalui latar belakang di atas, maka untuk mempermudah penulisan skripsi ini, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

Bagaimana bisnis ekonomi kreatif subsektor *fashion* untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak pada pelaku ekonomi kreatif di Kota Malang?

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah:

Untuk mengetahui bisnis ekonomi kreatif subsektor *fashion* untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak pada pelaku ekonomi kreatif di Kota Malang.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis/Akademis

- a. Diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi kegiatan tentang bisnis ekonomi kreatif dan digunakan sebagai acuan dalam menjalankan bisnis ekonomi kreatif.
- b. Menambah referensi penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang dan diharapkan dapat menambah bukti empiris dari penelitian-penelitian sebelumnya, serta dapat dijadikan referensi dalam mengadakan penelitian lebih lanjut tentang pelaku ekonomi kreatif khususnya di sektor *fashion*.

2. Manfaat Praktis/Empiris

Bagi pengembangan ilmu manajemen, Penelitian ini diharapkan bisa memberikan partisipasi besar terhadap sektor perekonomian di Indonesia khususnya di kota Malang dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional terhadap pelaku ekonomi kreatif di sektor *fashion* dengan kesadaran masyarakat atas kepatuhan wajib pajak.

Kajian Teoritis Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah suatu tema dalam merealisasikan perkembangan ekonomi yang berkelanjutan berdasarkan produktivitas. Pemakaian sumber daya yang tidak cuma di perbarukan, bahkan tidak terbatas, seperti ide, gagasan, talenta dan kreativitas maupun inovasi. Agar dapat mengembangkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan serta kemakmuran masyarakat di Indonesia, pemerintah membuat peraturan salah satunya dengan cara mengutamakan sektor industri ekonomi kreatif. Bukan hanya memprioritaskan bidang industri sebagai sumber ekonomi negara tetapi juga harus memakai Sumber Daya Manusia yang berupa ide-ide kreatif.

Sektor Fashion

Tren *fashion* mengalami perubahan dengan pesat. Dalam jangka waktu yang singkat, dunia *fashion* selalu mengeluarkan model *fashion* terbaru. Ini tidak lepas dari kreativitas para perancang *fashion* lokal yang memiliki inovasi merancang busana dengan model terbaru, dan keluarnya para pemuda kreatif yang memiliki semangat terhadap bisnis *fashion* ini. Masyarakat sebagai pelaku ekonomi pun juga semakin bijak dan memiliki selera tinggi.

Fashion (mode) merupakan proses penyebaran sosial bagi sebuah mode baru untuk diadopsi oleh kelompok konsumen. Fashion tersebut mengacu pada kombinasi beberapa atribut yang dianggap mutakhir, sehingga jika tidak mengadopsinya maka bisa dianggap ketinggalan jaman. Secara optimal bisa dikatakan bahwa industri fashion bisa bersaing di pasar domestik dan global (Shodiq Noor dan Jeni Susyanti. 2017).

Pajak

Menurut Soemitro dalam Resmi (2014:1) "Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang-Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontra prestasi) yang langsung dapat ditunjukkan, dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum".

Sedangkan menurut Djajadiningrat dalam Resmi (2014:1), "Pajak sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan kekas negara yang disebabkan suatu keadaan , kejadian, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan,

tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung, untuk memelihara kesejahteraan umum”.

Dari beberapa penjelasan mengenai pajak yang dijabarkan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan jika pajak merupakan kontribusi wajib rakyat kepada negara yang sifatnya memaksa dan tidak mengharapkan *feedback* yang dapat langsung dipakai untuk membayar keperluan-keperluan negara.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak adalah salah satu penyebab yang mempengaruhi besar kecilnya pendapatan pajak suatu Negara. Kepatuhan dalam menjalankan kewajiban perpajakan secara ikhlas (*voluntary of compliance*) bisa disebut sebagai tumpuan dalam sistem *self assessment*, dimana Wajib Pajak memiliki tanggung jawab mengesahkan sendiri kebijakan perpajakannya kewajiban dan kemudian secara cepat, pasti, dan tepat waktu pembayaran dan pelaporan perpajakannya tersebut. (Oktaviani & Adellina, 2016).

Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual dapat disimpulkan bahwa penelitian ini hanya menggunakan 1 variabel, yaitu analisa bisnis ekonomi kreatif sub sektor *Fashion* yang berada di Kota Malang.

Metodologi Penelitian

Jenis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis data kuantitatif. Dengan metode survei dalam pengambilan data Responden akan dipadu oleh peneliti dalam mengisi kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan ekonomi kreatif sub sektor *fashion* di Kota Malang. Sehingga, lokasi penelitiannya adalah pada keseluruhan usaha *fashion* yang ada di Kota Malang. Selain itu, data juga diperoleh dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Malang berupa nama, alamat, dan jumlah karyawan pelaku bisnis ekonomi kreatif sektor *fashion*.

Populasi Dan Sampel Penelitian

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan perusahaan ekonomi kreatif sub sektor *fashion* di Kota Malang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh ekonomi kreatif sub sektor *fashion* yang terdaftar di data Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Malang dengan jumlah populasi sebesar 150 anggota.

Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan rumus *Slovin*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel yang berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang disesuaikan dengan maksud dan tujuan penelitian. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus *Slovin*, dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan responden yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini sejumlah 60 orang. Dengan jumlah populasi sebesar 150 anggota dengan taraf signifikansi 10% atau 0,1.

Definisi Dan Operasional Variabel

“Pengertian dari Operasional Variabel ialah sejumlah petunjuk yang kompleks mengenai apa yang harus diamati dan mengukur normal atau tidaknya dalam suatu variabel atau konsep” (Sugiyono, 2015: 38). Definisi operasional variabel ditemukan item-item yang dituangkan dalam instrumen penelitian. Sedangkan Variabel penelitian yaitu suatu perlengkapan atau kepribadian seseorang, atau juga bisa disebut dengan aktivitas yang mempunyai variabel tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan di ambil kesimpulannya (Sugiyono, 2014:59).

1. Bisnis Ekonomi Kreatif Sub Sektor *Fashion*.

Variabel ini merupakan sebuah peluang yang cukup besar yang diajukan oleh ekonomi kreatif dalam pemakaian cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, seperti inovasi, talenta dan kreatifitas. Sehingga subsektor *fashion* sangat berkontribusi terhadap perekonomian Indonesia yang saat ini terus berkembang dengan pesat. Sehingga indikator dalam ekonomi kreatif subsektor *fashion* di penelitian ini adalah: Produksi, Pemasaran, Manajemen keuangan, Kondisi ekonomi dan lingkungan, Kebijakan pemerintah.

2. Kepatuhan Wajib Pajak

Variabel ini dimensi untuk mengukur dan menganalisa tentang bisnis ekonomi kreatif subsektor *fashion* untuk dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Sehingga indikator dalam kepatuhan wajib pajak di penelitian ini adalah: Pengetahuan peraturan perpajakan, pengisian formulir pajak dengan lengkap, melakukan perhitungan pajak dengan benar, penyampaian SPT dengan baik dan tepat waktu, melakukan pembayaran tepat waktu, mentaati pemeriksaan perpajakan.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan data Primer untuk semua variabel nya yaitu bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak pada pelaku ekonomi kreatif di Kota Malang dengan metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner.

Berikut metode analisis data antara lain :

1. Uji Validitas dan Reliabilitas
2. Uji Normalitas
3. Uji Regresi Linear Sederhana.

Hasil Penelitian

Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah pelaku ekonomi kreatif di Kota Malang yang berjumlah sebanyak 60 responden.

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden, dapat diketahui jumlah responden pelaku ekonomi kreatif sub sektor *fashion* paling banyak berjenis kelamin perempuan sebanyak 41 orang dengan persentase sebesar 68.3%, hal tersebut dikarenakan jenis kelamin perempuan lebih banyak mengerti di bidang *fashion*, mode, dan *trend*.

Berdasarkan karakteristik usia, yaitu responden paling banyak berusia 20-30 tahun sebanyak 32 orang atau 53.3%. Hal tersebut terjadi karena pelaku ekonomi kreatif sub sektor *fashion* di Kota Malang masih produktif, kreatif, dan inovatif sehingga mampu mengembangkan usahanya menjadi lebih sukses. Usia dapat memperlihatkan tingkat kematangan responden maka hal tersebut dapat mempengaruhi ke dalam perilaku dan pola pikirnya.

Berdasarkan karakteristik jenjang pendidikan, yaitu responden lebih banyak memiliki pendidikan SMA/SMK sebanyak 29 orang atau 48.3%, hal ini membuktikan bahwa pendidikan responden lumayan tinggi sehingga pelaku ekonomi kreatif sub sektor *fashion* di Kota Malang cukup memiliki pengetahuan dan kreatifitas untuk mengembangkan usahanya.

Berdasarkan karakteristik jenis usaha, yaitu responden lebih banyak memiliki jenis usaha barang *fashion* sebanyak 59 orang atau 98.3%, dimana usahanya memproduksi dan menjual produk *fashion*.

Berdasarkan karakteristik lama usahanya, maka frekuensi terbanyak yaitu sekitar 1-5 Tahun sebanyak 29 orang atau 48.3%. Hal tersebut menjelaskan bahwa usaha yang dijalankan masih berkembang sehingga perlu mendapatkan bimbingan yang lebih dan perhatian dari pemerintah.

Berdasarkan karakteristik pendapatan per tahun, yaitu pendapatan per tahun responden dengan frekuensi terbanyak sekitar Rp.500.000.000–Rp.1.000.000.000 sebanyak 19 orang atau 33.3%, hal tersebut dijelaskan bahwa pendapatan usaha tersebut sudah memenuhi standar sehingga sudah layak untuk dikenakan pajak.

Berdasarkan penjelasan berdasarkan kepemilikan NPWP, yaitu seluruh responden sudah memiliki NPWP sebanyak 60 orang, hal tersebut membuktikan bahwa pelaku ekonomi kreatif sub sektor *fashion* di Kota Malang patuh terhadap pembayaran perpajakan.

penjabaran status wajib pajak, yaitu status wajib pajak responden lebih menjurus pada WP (Wajib Pajak) Pribadi sebanyak 56 orang atau 93.3%. Hal tersebut dijelaskan bahwa responden lebih banyak mendaftar dengan WP pribadi atau perorangan.



Berdasarkan karakteristik ijin usaha, yaitu responden lebih banyak memiliki ijin usaha SITU daripada ijin usaha lainnya sebanyak 32 orang atau 53.3%, hal ini menjelaskan pelaku ekonomi kreatif sub sektor *fashion* sudah memiliki ijin untuk tempat usahanya yang sesuai dengan tata ruang wilayah yang diperlukan dalam rangka penanaman modal.

Berdasarkan karakteristik pelaporan SPT, yaitu responden yang melaporkan SPT sebanyak 55 orang atau 91.7%, hal ini berarti pelaku ekonomi kreatif sub sektor *fashion* di Kota Malang taat pada peraturan mengenai perpajakan pada pelaporan SPT.

Berdasarkan sosialisasi perpajakan, maka jumlah responden pelaku ekonomi kreatif sub sektor *fashion* di kota Malang lebih dominan pernah mengikuti sosialisasi perpajakan yaitu sebanyak 44 orang atau 73.3%. Sehingga pelaku ekonomi kreatif sub sektor *fashion* di Kota Malang paham pentingnya sosialisasi pajak.

Pembahasan Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk menunjukkan kevalidan suatu instrumen dalam sebuah penelitian.

		Correlations															
		x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	Tota_X
x1	Pearson Correlation	1	.212	.475**	.228	.310*	.406**	.106	.212	.472**	.347**	.478**	.321*	.270*	.299	.072	.585**
	Sig. (2-tailed)		.104	.000	.080	.016	.001	.422	.104	.000	.007	.000	.013	.037	.020	.584	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x2	Pearson Correlation	.212	1	.107	.277*	.264*	.335**	.345**	.261	.345**	.472**	.192	.255*	.178	.456**	.177	.543**
	Sig. (2-tailed)	.104		.418	.032	.042	.008	.007	.044	.008	.000	.141	.049	.173	.000	.175	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x3	Pearson Correlation	.475**	.107	1	.205	.341**	.362**	.252	.356**	.394**	.356**	.550**	.238	.171	.220	.128	.575**
	Sig. (2-tailed)	.000	.416		.115	.008	.004	.052	.005	.002	.005	.000	.067	.192	.091	.330	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x4	Pearson Correlation	.228	.277*	.205	1	.438**	.221	.161	.115	.264*	.344**	.206	.473**	.290*	.245	.142	.503**
	Sig. (2-tailed)	.080	.032	.115		.000	.090	.220	.382	.042	.007	.115	.000	.025	.059	.278	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x5	Pearson Correlation	.310*	.264*	.341**	.438**	1	.560**	.305*	.240	.416**	.375**	.399**	.297*	.276*	.282	.246	.626**
	Sig. (2-tailed)	.016	.042	.008	.000		.000	.018	.065	.001	.003	.002	.021	.033	.029	.058	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x6	Pearson Correlation	.406**	.337**	.362**	.221	.560**	1	.484**	.369**	.589**	.274*	.507**	.295*	.452**	.341**	.356**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.001	.008	.004	.090	.000		.000	.004	.000	.034	.000	.022	.000	.009	.005	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x7	Pearson Correlation	.106	.345**	.252	.161	.305*	.484**	1	.199	.297*	.413**	.394**	.184	.197	.365**	.247	.528**
	Sig. (2-tailed)	.422	.007	.052	.220	.018	.000		.127	.021	.001	.023	.158	.131	.004	.057	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x8	Pearson Correlation	.212	.261	.356**	.115	.240	.369**	.199	1	.383**	.397**	.222	.412**	.234	.297*	.217	.559**
	Sig. (2-tailed)	.104	.044	.005	.382	.065	.004	.127		.003	.002	.089	.001	.071	.021	.095	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x9	Pearson Correlation	.472**	.349**	.394**	.264*	.416**	.589**	.297*	.383**	1	.351**	.554**	.371**	.313*	.254	.306*	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.002	.042	.001	.000	.021	.003		.006	.000	.004	.015	.051	.018	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x10	Pearson Correlation	.347**	.472**	.356**	.344**	.375**	.274*	.413**	.397**	.351**	1	.300*	.207	.169	.291*	.256*	.618**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.005	.007	.003	.034	.001	.002	.006		.020	.112	.198	.024	.048	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x11	Pearson Correlation	.478**	.192	.550**	.206	.399**	.507**	.294*	.222	.554**	.300*	1	.399**	.559**	.433**	.154	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000	.141	.000	.115	.002	.000	.023	.089	.000	.020		.002	.000	.001	.239	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x12	Pearson Correlation	.321*	.255*	.238	.473**	.297*	.295*	.184	.412**	.371**	.207	.399**	1	.532**	.552**	.216	.649**
	Sig. (2-tailed)	.013	.049	.067	.000	.021	.022	.158	.001	.004	.112	.002		.000	.000	.097	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x13	Pearson Correlation	.270*	.178	.171	.290*	.276*	.452**	.197	.234	.313*	.169	.559**	.532**	1	.623**	.208	.619**
	Sig. (2-tailed)	.037	.173	.192	.025	.033	.000	.131	.071	.015	.198	.000	.000		.000	.111	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x14	Pearson Correlation	.299*	.456**	.220	.245	.282*	.341**	.365**	.297*	.254	.291*	.433**	.552**	.623**	1	.094	.654**
	Sig. (2-tailed)	.020	.000	.091	.059	.029	.008	.004	.021	.051	.024	.001	.000	.000		.535	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x15	Pearson Correlation	.072	.177	.128	.142	.246	.356**	.247	.217	.306**	.256*	.154	.216	.208	.084	1	.413**
	Sig. (2-tailed)	.584	.175	.330	.278	.058	.005	.057	.095	.018	.048	.239	.097	.111	.525		.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Tota_X	Pearson Correlation	.585**	.543**	.575**	.583**	.626**	.718**	.528**	.559**	.695**	.618**	.699**	.649**	.619**	.654**	.413**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini memiliki status *valid*, karena nilai r hitung $>$ r tabel yaitu sebesar 0,2542.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Untuk menguji reliabilitas sebuah instrumen menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* $>$ 0,6.

a. Reliabilitas X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,871	15

b. Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,688	7

Berdasarkan hasil koefisien uji reliabilitas diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliabel. Hal ini dapat dibuktikan dari keseluruhan variabel yaitu ekonomi kreatif subsektor *fashion* sebesar 0,871, dan kepatuhan wajib pajak sebesar 0,688 yang ternyata memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,6. Sehingga dapat dinyatakan setiap variabel layak digunakan atau memenuhi persyaratan untuk menjadi alat ukur instrumen kuesioner dalam penelitian ini.

Hasil Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Uji ini digunakan untuk menguji variabel terikat dan variabel bebas dalam sebuah model regresi terdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data normal atau tidak, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan dalam menguji normalitas adalah nilai signifikansi *Kormogolov-Smirnov* (K-S) $>$ 0,05.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,68002687
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,079
	Negative	-,069
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan *Kormogolov-Smirnov* (K-S) dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini ber distribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari *Asymp. Sig (2-tailed) > 0,05 (5%)*. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel telah ber distribusi normal.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yaitu bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* (X) terhadap variabel dependen yaitu kepatuhan wajib pajak (Y), maka penelitian ini menggunakan analisis linear sederhana. Hasil analisis regresi linier sederhana dapat dilihat pada berikut ini:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29,965	4,319		6,938	,000
	Tota X	-,034	,066	-,068	-,518	,606

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Data diolah tahun 2020

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa persamaan regresi linier sederhana untuk bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* (X) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) adalah berpengaruh negatif yaitu sebagai berikut :

$$Y = 29,965 - 0,034 X + e$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut di atas dapat dijelaskan bahwa Koefisien variabel analisis bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* sebesar -0,034 (negatif) mengidentifikasi bahwa, apabila variabel analisis bisnis ekonomi kreatif sub sektor

fashion (X) mengalami penurunan maka variabel kepatuhan wajib pajak belum tentu akan mengalami peningkatan atau perubahan yang positif.

Simpulan Dan Saran

Simpulan

Dengan melihat hasil analisis dan pembahasan data, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai Analisa Bisnis Ekonomi Kreatif Subsektor *Fashion* Untuk Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak di Kota Malang masih belum cukup tinggi. Pernyataan ini didasari oleh:

1. Hasil uji regresi linear sederhana melalui program SPSS 20.0 for Windows, didapatkan persamaan regresi sederhana yaitu sebesar $Y = 29,965 - 0,034 X + e$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif ekonomi kreatif sub sektor *Fashion* untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak.
2. Hasil penelitian dengan menggunakan kuesioner, diketahui bahwa indikator yang paling dominan memberikan jawaban setuju dalam ekonomi sub sektor *fashion* (X) yang diberikan kepada pelaku bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* di kota Malang adalah indikator manajemen keuangan yang berdasarkan melakukan pencatatan pengeluaran dan pemasukan dengan nilai rata-rata yang paling besar adalah 4,7. Sedangkan indikator yang paling dominan memberikan jawaban ragu-ragu dalam ekonomi sub sektor *fashion* (X) adalah indikator kebijakan pemerintah yang berdasarkan pemerintah mendukung perkembangan usaha dengan nilai rata-rata yaitu 4,2. Untuk indikator kondisi ekonomi dan lingkungan dan indikator kebijakan pemerintah ini merupakan yang paling rendah, karena memiliki nilai rata-rata yang paling kecil yaitu 4,3.

Keterbatasan

Dalam melakukan penelitian ini, terdapat keterbatasan yang dialami oleh peneliti. Berikut adalah keterbatasan yang diuraikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Peneliti hanya menggunakan 1 variabel pengujian penelitian yakni ekonomi sub sektor *Fashion*.
2. Penelitian ini hanya menyebarkan 60 kuesioner kepada 60 responden terhadap pelaku bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* di Kabupaten Malang.
3. Mendapatkan penolakan dari pemilik usaha untuk mengisi kuesioner.
4. Penelitian ini hanya menggunakan 5 indikator dalam bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion*. Padahal terdapat banyak indikator pengukuran dalam bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak yang bisa digunakan untuk dijadikan acuan.

Saran

1. Bagi wajib pajak
Patuh terhadap peraturan perpajakan dengan melakukan pembayaran pajak tepat waktu, sesuai tagihan dan secara transparan terhadap hasil usaha.
2. Bagi Petugas Perpajakan
Melakukan sosialisasi kepada wajib pajak tentang cara perhitungan pajak sehingga wajib pajak bisa menghitung jumlah pajak yang dibayar sesuai peredaran bruto dan omzet usaha.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Diharapkan bisa lebih mempertajam lagi tentang penelitian ini mungkin dengan bisa menggunakan jenis analisis lainnya. Selain itu pula, akan jauh lebih baik ketika variabel yang digunakan dalam penelitian lebih dari variabel yang telah digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Dharma, G. P. E. (2014). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia negara untuk mengatasi masalah sosial , meningkatkan kesejahteraan dan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 1, 340–353.
- Oktaviani, R. M., & Adellina, S. (2016). Kepatuhan Wajib Pajak Ukm. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, ISSN: 2302-8556, 5(2), 136–145.
- Prosiding Seminar Nasional Program Studi Teknik Busana 2009 I*. (2009). 1–10.
Purnomo, R. A., Si, M., & Indonesia, P. P. (n.d.). *Ekonomi Kreatif*.
- Santoso, Singgih. 2014. *Statistik Parametrik: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Shodiq Noor dan Jeni Susyanti. 2017. “Menuju Indonesia Mandiri”. Malang: BPF. Simamora. 2000.”Akuntansi basis Pengambilan Keputusan Bisnis”. Jakarta: Salemba Empat.
- Sitepu, E. S. (2016). Analisis Potensi dan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Medan. *Revitalization of Vocational in Free Trade Area (ICERVED)*, (January 2016), 497–501.
- Supadmi, N. I. L. U. H., & Akuntansi, J. (2009). Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 1–14.
- Susyanti, J. (2014). Model Pendampingan Bisnis Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata Secara



e – Jurnal Riset Manajemen **PRODI MANAJEMEN**
Fakultas Ekonomi Unisma
website : www.fe.unisma.ac.id (email : e.jrm.feunisma@gmail.com)

Integratif. *Prosiding Seminar Nasional Riset Inovatif II Tahun 2014*, 656–662.

Susyanti Jeni, Noor Shodiq Askandar dan Ronny Malavia Mardani. 2014. *Pengembangan Model Pendampingan Bagi Pengelolaan Bisnis Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata Secara Integratif Untuk Pemenuhan Kesadaran Kewajiban Perpajakan di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen – Akuntansi (JEMA) ,Fakultas Ekonomi FE Universitas Islam Malang volume 12, Nomor 2.

Wardatul Jannah*) Adalah Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma

Jeni Susyanti)** Adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma

Budi Wahono*)** Adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma



Lampiran-Lampiran
Hasil Output Spss 25.0
Uji Instrumen

Uji Validitas X

		Correlations															
		x.1	x.2	x.3	x.4	x.5	x.6	x.7	x.8	x.9	x.10	x.11	x.12	x.13	x.14	x.15	Tota_X
x.1	Pearson Correlation	1	.212	.475**	.228	.310*	.406**	.106	.212	.472**	.347**	.478**	.321*	.270*	.299*	.072	.585**
	Sig. (2-tailed)		.104	.000	.080	.016	.001	.422	.104	.000	.007	.000	.013	.037	.020	.584	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x.2	Pearson Correlation	.212	1	.107	.277*	.264*	.337**	.345**	.261*	.349**	.472**	.192	.255*	.178	.456**	.177	.543**
	Sig. (2-tailed)	.104		.416	.032	.042	.008	.007	.044	.006	.000	.141	.049	.173	.000	.175	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x.3	Pearson Correlation	.475**	.107	1	.205	.341**	.362**	.252	.356**	.394**	.356**	.550**	.238	.171	.220	.128	.575**
	Sig. (2-tailed)	.000	.416		.115	.008	.004	.052	.005	.002	.005	.000	.067	.192	.091	.330	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x.4	Pearson Correlation	.228	.277*	.205	1	.438**	.221	.161	.115	.264*	.344**	.206	.473**	.290*	.245	.142	.503*
	Sig. (2-tailed)	.080	.032	.115		.000	.090	.220	.382	.042	.007	.115	.000	.025	.059	.278	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x.5	Pearson Correlation	.310*	.264*	.341**	.438**	1	.560**	.305*	.240	.416**	.375**	.399**	.297*	.276*	.282*	.246	.626**
	Sig. (2-tailed)	.016	.042	.008	.000		.000	.018	.065	.001	.003	.002	.021	.033	.029	.058	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x.6	Pearson Correlation	.406**	.337**	.362**	.221	.560**	1	.484**	.369**	.589**	.274*	.507**	.295*	.452**	.341**	.358**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.001	.008	.004	.090	.000		.000	.004	.000	.034	.000	.022	.000	.008	.005	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x.7	Pearson Correlation	.106	.345**	.252	.161	.305*	.484**	1	.199	.297*	.413**	.294*	.184	.197	.365**	.247	.528**
	Sig. (2-tailed)	.422	.007	.052	.220	.018	.000		.127	.021	.001	.023	.158	.131	.004	.057	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x.8	Pearson Correlation	.212	.261*	.356**	.115	.240	.369**	.199	1	.383**	.397**	.222	.412**	.234	.297*	.217	.559**
	Sig. (2-tailed)	.104	.044	.005	.382	.065	.004	.127		.003	.002	.089	.001	.071	.021	.095	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x.9	Pearson Correlation	.472**	.349**	.394**	.264*	.416**	.589**	.297*	.383**	1	.351**	.554**	.371**	.313*	.254	.306*	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.002	.042	.001	.000	.021	.003		.006	.000	.004	.015	.051	.018	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x.10	Pearson Correlation	.347**	.472**	.356**	.344**	.375**	.274*	.413**	.397**	.351**	1	.300*	.207	.169	.291*	.256*	.618**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.005	.007	.003	.034	.001	.002	.006		.020	.112	.198	.024	.048	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x.11	Pearson Correlation	.478**	.192	.550**	.206	.399**	.507**	.294*	.222	.554**	.300*	1	.399**	.559**	.433**	.154	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.141	.000	.115	.002	.000	.023	.089	.000	.020		.002	.000	.001	.239	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x.12	Pearson Correlation	.321*	.255*	.238	.473**	.297*	.295*	.184	.412**	.371**	.207	.399**	1	.532**	.552**	.216	.649**
	Sig. (2-tailed)	.013	.049	.067	.000	.021	.022	.158	.001	.004	.112	.002		.000	.000	.097	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x.13	Pearson Correlation	.270*	.178	.171	.290*	.276*	.452**	.197	.234	.313*	.169	.559**	.532**	1	.623**	.208	.619**
	Sig. (2-tailed)	.037	.173	.192	.025	.033	.000	.131	.071	.015	.198	.000	.000		.000	.111	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x.14	Pearson Correlation	.299*	.456**	.220	.245	.282*	.341**	.365**	.297*	.254	.291*	.433**	.552**	.623**	1	.084	.654**
	Sig. (2-tailed)	.020	.000	.091	.059	.029	.008	.004	.021	.051	.024	.001	.000	.000		.525	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
x.15	Pearson Correlation	.072	.177	.128	.142	.246	.358**	.247	.217	.306*	.256*	.154	.216	.208	.084	1	.413**
	Sig. (2-tailed)	.584	.175	.330	.278	.058	.005	.057	.095	.018	.048	.239	.097	.111	.525		.001
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Tota_X	Pearson Correlation	.585**	.543**	.575**	.503*	.626**	.718**	.528**	.559**	.695**	.618**	.699**	.649**	.619**	.654**	.413**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Uji Validitas Y

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	Total_Y
y1	Pearson Correlation	1	,460**	,458**	,229	,256*	,128	,282*	,697**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,079	,049	,329	,029	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
y2	Pearson Correlation	,460**	1	,302*	,101	,201	-,013	,206	,561**
	Sig. (2-tailed)	,000		,019	,443	,124	,923	,115	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
y3	Pearson Correlation	,458**	,302*	1	,021	,188	,104	,444**	,591**
	Sig. (2-tailed)	,000	,019		,871	,150	,427	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
y4	Pearson Correlation	,229	,101	,021	1	,448**	,415**	,216	,600**
	Sig. (2-tailed)	,079	,443	,871		,000	,001	,097	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
y5	Pearson Correlation	,256*	,201	,188	,448**	1	,231	,282*	,613**
	Sig. (2-tailed)	,049	,124	,150	,000		,075	,029	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
y6	Pearson Correlation	,128	-,013	,104	,415**	,231	1	,156	,494**
	Sig. (2-tailed)	,329	,923	,427	,001	,075		,235	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
y7	Pearson Correlation	,282*	,206	,444**	,216	,282*	,156	1	,587**
	Sig. (2-tailed)	,029	,115	,000	,097	,029	,235		,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
Total_Y	Pearson Correlation	,697**	,561**	,591**	,600**	,613**	,494**	,587**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,871	15



Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x.1	60,82	24,830	,499	,865
x.2	60,92	25,264	,457	,867
x.3	60,72	25,088	,493	,865
x.4	60,72	25,800	,422	,868
x.5	60,70	25,095	,558	,862
x.6	60,78	24,647	,665	,858
x.7	60,60	25,668	,450	,867
x.8	60,85	24,808	,462	,867
x.9	60,82	24,627	,636	,858
x.10	60,78	24,715	,539	,863
x.11	60,98	24,118	,631	,858
x.12	60,80	24,536	,575	,861
x.13	60,90	24,600	,537	,863
x.14	60,95	24,184	,572	,861
x.15	61,00	26,237	,321	,872

Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,688	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	23,50	5,034	,513	,618
y2	23,78	5,596	,342	,670
y3	23,52	5,644	,411	,650
y4	24,08	5,434	,387	,657
y5	24,12	5,630	,448	,642
y6	23,85	5,892	,272	,687
y7	23,55	5,811	,432	,648



Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,68002687
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,079
	Negative	-,069
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	29,965	4,319		6,938	,000
	Tota_X	-,034	,066	-,068	-,518	,606

a. Dependent Variable: Total_Y