

PENGARUH KUALITAS PENYULUHAN DAN PEMAHAMAN PAJAK TERHADAP RESPON KEPATUHAN WAJIB PAJAK USAHA KECIL DAN MENENGAH DI DIY

Hiras Pasaribu

UPN "Veteran" Yogyakarta; *E-mail*: pasaribuhiras@yahoo.com

Asep Saefudin

UPN "Veteran" Yogyakarta; *E-mail*: aasaepudin52@yahoo.co.id

Alp. Yuwidianoro

UPN "Veteran" Yogyakarta; *E-mail*: Yuwialip@yahoo.co.id

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: Service, Comprehension and taxpayer compliance

1. 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 kreditor, 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 Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, kontribusi sektor UMKM

terhadap pendapatan domestic bruto (PDB) dalam lima tahun terakhir mengalami lonjakan dari 57,84% menjadi 60,34% ditahun 2016. Melihat potensi pajak penghasilan yang cukup besar ini sangat disayangkan bahwa pada tahun 2013, UMKM hanya menyumbang 5% dari total penerimaan pajak Negara. Tinggi rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak salah satunya dapat diketahui dari besar atau kecilnya selisih antara pajak yang benar-benar diterima oleh negara dan 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 memudahkan wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya dalam membayar pajak.

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 berpengaruh positif terhadap 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 mencerdaskan masyarakat mengenai pengetahuan perpajakan, dan menyediakan akses kepada masyarakat untuk belajar tentang pajak. 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 sumberdaya 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.

Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas penyuluhan layanan pajak dan pemahaman pajak terhadap respon kepatuhan wajib pajak.

2. Pendekatan penyelesaian masalah

Pendekatan masalah yang digunakan pada tahun pertama adalah melakukan survey kualitas penyuluhan dan pemahaman pajak dan 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 analisis SWOT, yaitu identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat

memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan 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 sistem 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.

1.4 Kebaharuan Penelitian

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 dan Gendut (2012), menyimpulkan bahwa Diskonfirmasi, Disastisfaksi, dan Disaffeksi belum mampu mengevaluasi kualitas layanan perpajakan yang diberikan oleh KPP Sidoarjo Barat, sedangkan model Disonansi mampu mengevaluasi kualitas layanan perpajakan yang diberikan oleh KPP Sidoarjo Barat.

Model 4 D ini dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan secara kualitatif dengan membandingkan *actual performance* dengan suatu standar atau *base line* tertentu 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 lainya 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 ini, bahwa 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.

1.5. Luaran Penelitian

Hasil penelitian ini ditargetkan akan dipublikasikan pada jurnal ilmiah Terakreditasi dan akan dijadikan sebagai Referensi Buku Ajar Perpajakan dan Pengelolaan Pajak, sehingga menambah referensi dan nilai tambah bagi mahasiswa yang mendalami penelitian tentang perpajakan. Buku Ajar ini akan diajukan untuk mendapatkan HAKI.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di DIY. Metode yang digunakan adalah 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). Penelitian akan dilakukan observasi dan survey lapangan untuk mengetahui lebih dekat yang dicapai UKM di empat kabupaten dan Kota di D. I. Yogyakarta. Langkah yang dilakukan adalah Survey kualitas penyuluhan dan pemahaman pajak dan kepatuhan pajak.

Variabel dan Operasionalisasi Variabel

1) Respon Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Kepatuhan Wajib Pajak adalah terpenuhi ketaatan dalam melaksanakan ketentuan maupun peraturan perpajakan. Chaizi Nasucha (2004) menggolongkan kepatuhan Wajib Pajak jika Wajib Pajak 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.

2) Kualitas Penyuluhan Layanan Pajak (X₁)

Penyuluhan bagian dari layana pajak. Kualitas layanan dinyatakan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterimanya (Parasuraman, 2007). Pengertian ini memagnai bahwa kualitas layanan pajak mencakup usaha memenuhi harapan pelanggan yang diinginkan dari suatu produk dan jasa layanan. Kondisi harapan pelanggan selalu berubah sesuai keinginan yang selau berkembang. Untuk mengetahui kualitas Penyuluhan Layanan Pajak, penelitian ini 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 koqnitif. Kognitif artinya *knowledge* (pengetahuan), sedangkan disonasi artinya ketidak cocokan (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.

3) Pemahaman Wajib Pajak (X₂)

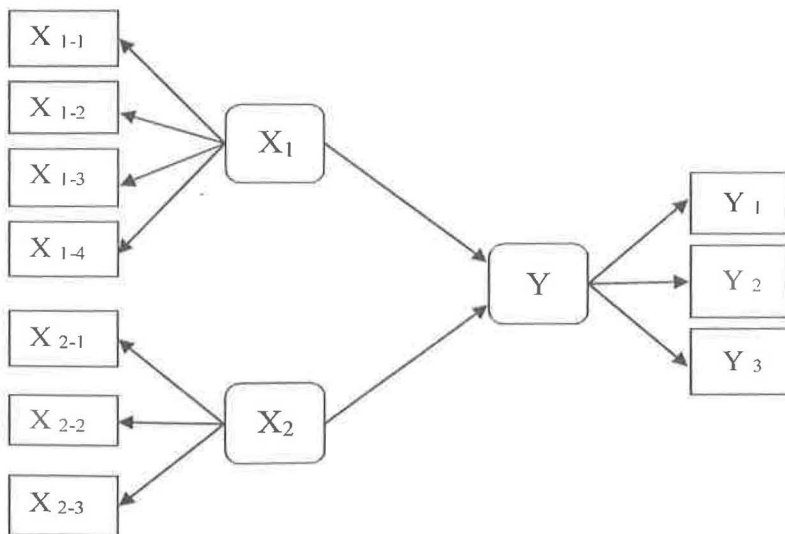
Dalam Kamus Bahasa Indonesia (1996), pemahaman disebut juga sebagai proses, perbuatan, cara memahami atau memahamkan. Dalam hal ini cara bagaimana individu sebagai wajib pajak dapat menginterpretasikan atau memandang peristiwa, objek, serta manusia dalam suatu gambaran yang berarti. Pengertian pemahaman 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.

Sumber Data

Sumber data akan dilakkan melalui observasi dan menggunakan kuesioner kepada manajer sebagai pelaku UKM ataupun bagian akuntansi UKM sebagai responden penelitian. Alat analisis data pada tahun 1 (pertama) akan dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif deskriptif dan statistik Partial Least Squar (PLS).

Deskripsi Data dalam penelitian ini terlebih dahulu dideskripsikan dengan menggunakan *Descriptive Statistic*. Deskripsi ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai pengujian pengukuran model (outer atau measurement model) dan pengujian model struktural (inner model). **Hipotesis** yang akan diuji, dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squar* (PLS). PLS tidak mengasumsikan adanya distribusi tertentu untuk estimasi parameter sehingga tidak diperlukan teknik parametrik untuk menguji signifikansi parameter (Ghozali, 2006: 24). Alat yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah Software Smart Partial Least Square versi 2.0 M3 disingkat SmartPLS versi 2.0 M3 (www.smartpls.de). Pengujian dengan metode PLS terdiri dari pengujian *outer* atau *measurement model* dan *inner model* atau *structural model*).

Tahun I (Pertama): Data Dianalisis dengan Deskriptif Kualitatif dan PLS.



Gambar 3.1
Model Penelitian

Keterangan:

X_1 = Kualitas Penyuluhan layanan pajak: (X_{1-1} : Diskonfirmasi= 2 item; = X_{1-2} Disatisfaksi= 3 item ; X_{1-3} = Disonas = 3 item ; = X_{1-4} Disaffeksi = 2 item)

X_2 = Pemahaman pajak: (X_{2-1} = Faktor Internal = 4 item; X_{2-2} =Faktor Eksternal= 3 item; X_{2-3} = Faktor Target = 3 item)

Y = Respon kepatuhan wajib pajak: (Y_{1-1} = Kepatuhan menghitung esuai peredaran bruto ; Y_{1-2} = Pembayaran Pajak Sesuai Kewajiban); Y_{1-3} = Melaporkan SPT Sesuai UU Pajak.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan pada populasi UKM di Kabupaten dan Kota di DIY. Sampel ditentukan hanya 100 responden UKM, karena dari 150 kuesioner yang disebar hanya kembali 100 kuesioner. Untuk pengujian hipotesis, maka teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi statistik deskriptif dan analisis statistik Partial Leas Square (PLS). PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator refleksif dan formatif. Untuk mengetahui karakteristik data yang digunakan, maka dilakukan uji statistik deskriptif.

Pengujian data menggunakan metode PLS terdiri dari pengujian *outer* model dan *inner* (struktural) model. *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*. Hasil pengujian data menggunakan metode PLS.

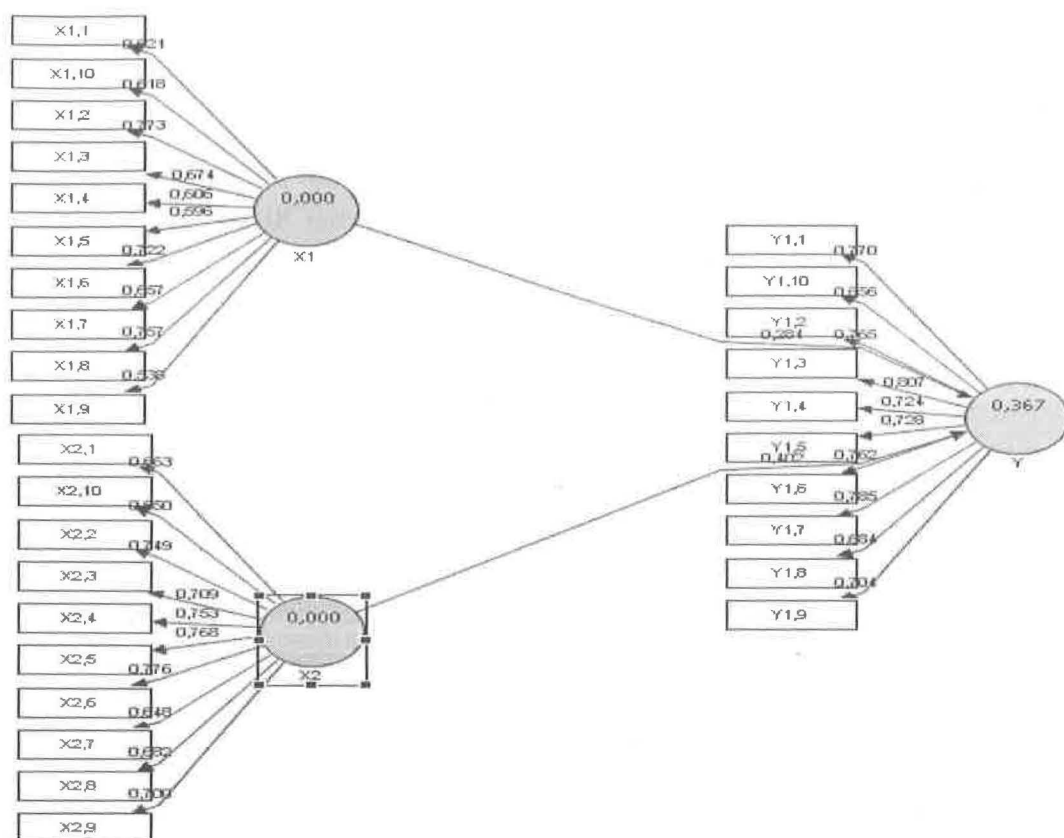
3.1 Pengujian Outer Model (Measurement Model)

Ada tiga model yang digunakan dalam penilaian *outer* atau *measurement model* yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*. Penelitian ini hanya mengambil dua penilaian, yaitu Uji *Convergent Validity* dan *composite reliability*.

a. Uji *Convergent Validity*.

Model pengukuran dengan indikator refleksif dinilai berdasarkan korelasi antar *item score* atau *component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,500 dengan konstruk yang diukur. Kurang dari 0,500 harus dikeluarkan dari model karena dianggap kurang reliabel dan tidak signifikan. Setelah itu akan dilakukan estimasi ulang terhadap model.

Dari 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. ditunjukkan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.2: Uji Convergen Validity

Faktor loading untuk langkah pertama sudah memenuhi convergen validity yaitu nilainya semua di atas 0,50.

b. Uji Composite Reliability

Selanjutnya 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. Hasil uji *composite reliability* ditunjukkan pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1.

uji Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	R. Square	Crombach 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 2.1 menunjukkan semua variabel memiliki *composite reliability* maupun menggunakan *Crombach Alpha* adalah diatas 0,500. Berarti variabel kualitas penyuluhan layanan pajak, pemahaman pajak, Respon kepatuhan wajib pajak memiliki reliabilitas tinggi.

Pengujian Inner Model (Model Struktural)

a. Koefisien Determinasi

Inner model ingin melihat hubungan antara konstruk dan nilai signifikansi serta nilai R-square yang ditunjukkan pada Tabel 2.1. 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.

b. 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 2.2.

Tabel 2.2
Koefisien Parameter dan Nilai Statistik Antar Variabel

	Original sample estimate (O)	Mean of sub-samples (M)	Standard deviation (STDEV)	Standar Error (STERR)	T-Statistic (O/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 2.2 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% ($T_{hitung} > 1.96$).

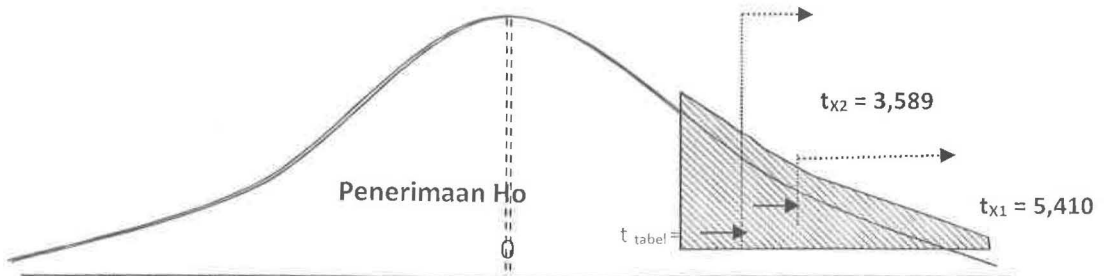
Pengaruh Kualitas Penyuluhan layanan pajak dan Pemahaman pajak Terhadap Respon kepatuhan wajib pajak.)

Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan besarnya pengaruh Kualitas Penyuluhan layanan pajak dan Pemahaman pajak terhadap Respon kepatuhan wajib pajak. Hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sesuai tujuan penelitian akan diuji menggunakan analisis statistik, yaitu analisis *Partial Least Square* (PLS). Data yang digunakan dalam analisis statistik sebanyak 100 UKM di Yogyakarta secara acak.

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} . Dengan demikian, H_0 ditolak yang berarti bahwa variabel Kualitas Penyuluhan layanan pajak dan pemahaman pajak oleh wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan

wajib pajak. Secara grafik dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 4.7.

Pengujian Hipotesisi dengan Uji t

Berdasarkan hasil analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan uji t diketahui nilai t_{hitung} untuk masing-masing variabel lebih besar daripada nilai t_{tabel} . Dengan demikian, maka hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan perpajakan dan Pemahaman pajak oleh wajib pajak 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

Dari hasil pengujian hipotesis 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.

DATAR PUSTAKA

- Dawes dan Rowley. 1999. *Negative Evaluation of Service Quality – A Framework For Identification and Response*, Journal Of Marketing Practice: Applied Marketing Science, Vol. 5 (2), Hal. 42-55.
- Ghozali, Imam. 2008. *Struktural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, edisi 2. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mardiasmo. 2010. *Perpajakan*, Edisi Revisi: Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Parasuraman, A. 2007. *Marketing Research*, 3 Edisi 2nd ed. Penerbit: Houghton Mifflin.
- Parasuraman, A., 2007. *Marketing Research*, Buku 3 Edisi 2nd ed. Penerbit: Houghton Mifflin
- Poerwanto, Hendra. 2000. Mengevaluasi Kualitas Layanan dengan Model 4D, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 2 (2), hal. 59-67.
- Saptowibowo, Son Firriadi. 2012. *Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap tingkat pemahaman Akuntansi Pajak serta Dampaknya terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak dengan Account representative sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada UMKM di Kludan Sidoarjo)*. Prosiding Seminar Nasional Akuntansi, UPN "Veteran" Jawa Timur. SINAU ISBN.: 978-979-18670-5-4, hal. 193-206.
- Subagio, Istuningtyas dan Gendut Sukarno. 2012. Mode 4D [Diskonfirmasi, Disatisfaksi, Disosiasi dan Disafeksi], *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur*. ISBN: 978-979-18670-5-4.
- Rangkuti, Freddy. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Penerbit: PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.