

PENGARUH SISTEM PEMUNGUTAN, KONDISI KEUANGAN, TARIF PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK REKLAME

Umar

umarassegaf13@gmail.com

Dr. Ikhsan Budi Riharjo S.E., M.Si., Ak., C.A.,

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The research to find out effect of votingsystem, financial, condition, and tax tariff on commercial taxpayers' obedience of business people in Surabaya. While, the research was quantitative. Moreover, the population was taxpayers' who had business in Surabaya. Moreover, the data collection technique used random sampling with questionnaires as the instrument. The questionnaires were distributed to respondent. Furthermore, the data analysis technique used validity test, reabilitytest, classicalassumption test (multicolinearity, heteroscedasticity, and normality), multiple linear regression, dtermination coefficient test, and hypothesis test. Besides, it was also supported wits SPSS (Statistical Product and Service Solution) 25. The research result concluded as follows: 1) Voting system had positive and significant effect on commercial taxpayers' obedience of business people in Surabaya, 2) Financial condition had positive and significant effect on commercial taxpayers' obedience of business people in Surabaya, Tax tariff had positive and significant effect on commercial taxpayers' obedience of business people in Surabaya. Taxpayers must be able to comply with, understand the method of the collection system as well taxpayers must continue to pay taxes regardless of the financialcondotion according to the applicable tax rates and need to provide socialization regarding the applicable tac rates.

Keywords: voting system, financial condition, tax tarif, taxpayers' compliance,

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sistem pemungutan, kondisi keuangan, dan tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak reklame. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah para wajib pajak yang berbisnis di Surabaya. Adapun teknik pengumpulan datanya menggunakan *random sampling* dengan instrumen kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada responden. Selanjutnya teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik (multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan normalitas), regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Selain itu juga didukung dengan SPSS25. Hasil penelitian menyimpulkan sebagai berikut: 1) Sistem pemungutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Niaga pada pelaku usaha di Surabaya, 2) Kondisi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Niaga terhadap pelaku usaha di Surabaya, Tarif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak komersial pelaku usaha di Surabaya. Wajib pajak harus bisa mematuhi, memahami, metode dari sistem pemungutan serta wajib pajak harus tetap membayar pajak bagaimanapun kondisi keuangan sesuai tariff pajak yang berlaku dan perlu memberikan sosialisasi mengenai tariff pajak yang berlaku.

Kata Kunci: sistem pemungutan, kondisi keuangan, tarif, kepatuhan wajib pajak

PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara terbesar dan diandalkan dalam kepentingan pembangunan serta pembiayaan kebutuhan pemerintah. Penerimaan dari sektor pajak memberikan kontribusi yang besar bagi pendapatan negara dibandingkan dengan penerimaan lain seperti penerimaan dari keuntungan perusahaan negara dan pencetakan uang. Pentingnya peran pajak bagi pendapatan negara mendorong pemerintah untuk mengupayakan penerimaan pajak yang maksimal dengan mengeluarkan peraturan-

peraturan tentang pengenaan pajak. Upaya pemerintah untuk meningkatkan penerimaan pajak tentunya membutuhkan kesadaran masyarakat untuk mematuhi kewajiban perpajakannya.

Kota Surabaya merupakan salah satu kota yang mengalami pertumbuhan ekonomi yang dampaknya langsung di rasakan pada pertumbuhan di beberapa sektor, salah satunya adalah sektor usaha. Meningkatnya usaha yang berada dilingkungan masyarakat Kota Surabaya memaksa para pengusaha menerapkan suatu strategi pemasaran yang menarik perhatian para konsumen. Cara yang dilakukan oleh pengusaha dengan memasang reklame sebagai media yang memasarkan produknya agar masyarakat semakin mengenal produk yang ditawarkan. Pemasangan pajak reklame di sejumlah ruas-ruas jalan akan semakin mempermudah masyarakat untuk dapat melihat dan menangkap pesan-pesan yang disampaikan dari isi reklame tersebut. Adanya pertumbuhan perekonomian dan sektor usaha membuat potensi serta target pajak reklame terus meningkat. Di Kota Surabaya, pendapatan pajak yang berasal dari pajak reklame mengalami peningkatan dan penurunan, hal ini memacu pemerintah untuk dapat memaksimalkan potensi yang terdapat pada pajak reklame. Berikut adalah grafik pendapatan pajak reklame di Kota Surabaya dari tahun 2014 hingga tahun 2018:



Gambar 1
Pendapatan Pajak Reklame Kota Surabaya

Pada grafik diatas, dapat dilihat bahwa pada tahun 2015 terjadi penurunan pendapatan dan ditahun 2016 dan 2017 penerimaan pajak meningkat begitu pula ditahun 2018. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat peluang yang dapat digali oleh pemerintah dalam memaksimalkan penerimaan pajak daerah melalui pajak reklame. Pemerintah Kota Surabaya telah mengeluarkan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 70 Tahun 2010 sebagai acuan para wajib pajak reklame dalam memperhitungkan biaya atas pemasangan reklame beserta pengenaan pajaknya. Usaha yang dilakukan pemerintah dalam memfasilitasi wajib pajak untuk melaksanakan kewajibannya tidak berbanding lurus dengan kepatuhan dari Wajib Pajak (WP). Pemerintah dalam meningkatkan rasa kepatuhan pada wajib pajak dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sistem pemungutan pajak, kondisi keuangan wajib pajak dan tarif pajak yang ditetapkan.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak yaitu sistem pemungutan. Mardiasmo (2011) menyatakan agar pemungutan pajak dapat berjalan dengan sebagaimana mestinya maka harus dikelompokkan menjadi tiga. Pertama, *Official Assessment System* adalah sistem pemungutan yang memberi wewenang kepada pemerintah untuk menunjukan besarnya pajak terutang oleh wajib pajak pribadi dan badan. Kedua, *Self Assessment System* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang, kepercayaan dan

tanggung jawab kepada wajib pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang. Ketiga, *With Holding System* yaitu sistem pemungutan pajak dimana yang berwenang untuk menentukan besarnya pajak yang terutang berada pada pihak ketiga dan bukan wajib pajak yang bersangkutan untuk menentukan besarnya pajak yang terutang.

Penelitian yang dilakukan oleh Sarunan (2015) menghasilkan kesimpulan bahwa modernisasi sistem administratif perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian Apriliana (2013) dan Arismayani *et al.*, (2017) juga menyimpulkan modernisasi sistem administratif perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, hasil penelitian-penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arifah *et al.*, (2017) yang menyatakan bahwa modernisasi sistem administratif perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Perbedaan hasil kesimpulan penelitian terdahulu diatas menyebabkan variabel ini layak untuk diteliti kembali.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak yaitu kondisi keuangan. Kondisi keuangan dikatakan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dilihat dari keadaan suatu perusahaan apakah pada saat perusahaan merugi, perusahaan itu masih aktif melaksanakan kewajiban pajaknya atau tidak. Wajib pajak akan cenderung berlaku jujur dalam melaporkan perpajakannya apabila profitabilitas perusahaan tinggi, dan sebaliknya wajib pajak akan berusaha menghindari kewajiban perpajakannya apabila profitabilitas perusahaan menurun.

Penelitian yang dilakukan oleh Haryuda (2013) menjelaskan bahwa kondisi keuangan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Sejalan dengan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, Pratiwi *et al.*, (2014) juga menyatakan bahwa kondisi keuangan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak reklame. Penelitian Mory (2015) dan Aryandini (2016) juga menghasilkan kesimpulan yang sama. Berbeda dengan penelitian-penelitian diatas, penelitian Anam (2018) menyimpulkan bahwa kondisi keuangan berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak. *Research gap* diatas menimbulkan keinginan peneliti untuk menggunakan kondisi keuangan sebagai variabel independen penelitian ini.

Faktor ketiga yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak reklame yaitu tarif pajak. Tarif pajak adalah ketentuan persentase atau jumlah (rupiah) pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak sesuai dasar pengenaan pajak atau objek pajak. Tarif pajak dianggap mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak, karena tarif pajak akan berpengaruh negatif pada *utility* wajib pajak. Tarif yang rendah akan meningkatkan *utility* wajib pajak sehingga memberikan rasa inisiatif dalam melaporkan perpajakannya. Terkait dengan tarif pajak pemerintah Kota Surabaya memberlakukan Peraturan Walikota No.70 Tahun 2010 Tentang Nilai Sewa Reklame yang menyebutkan bahwa tarif pajak yang dikenakan terhadap wajib pajak yang ingin memasang reklame sebesar 25%.

Argumen diatas didukung oleh penelitian Ananda *et al.* (2015) dan Muhamad *et al.* (2019) menyimpulkan bahwa tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak sedangkan penelitian yang dilakukan Wulandari (2018) dan Haryuda (2013) menyatakan bahwa tarif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Perbedaan hasil penelitian diatas mengakibatkan peneliti ingin menguji variabel ini. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka rumusan masalahnya sebagai berikut: (1) Apakah sistem pemungutan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak reklame?, (2) Apakah kondisi keuangan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak reklame?, (3) Apakah tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak reklame?.

TINJAUAN TEORITIS

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behaviour (TPB), menjelaskan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku kepatuhan pajak seorang Wajib Pajak dilihat dari sisi psikologis yang dikemukakan oleh Ajzen (1991). Model TPB menyebutkan bahwa niat (*intention*) dapat mempengaruhi perilaku individu untuk menjadi patuh atau tidak patuh terhadap aturan perpajakan. Niat itu sendiri disebabkan oleh tiga faktor, yaitu: (1) *Behavioral belief* merupakan keyakinan akan hasil dari suatu perilaku (*outcome belief*) dan evaluasi terhadap hasil perilaku tersebut, (2) *Normative belief* merupakan keyakinan individu terhadap harapan normatif orang lain yang menjadi rujukannya, seperti keluarga, teman, konsultan pajak, dan motivasi untuk mencapai harapan itu, (3) *Control belief* merupakan keyakinan individu tentang keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku dan persepsinya tentang seberapa kuat hal-hal tersebut mempengaruhi perilakunya.

Pajak

Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang-Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (*kontraprestasi*) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran (Waluyo, 2009). Pendapat tersebut mengartikan bahwa pajak adalah suatu iuran wajib yang harus dibayarkan oleh wajib pajak sebagai sebuah kewajiban yang bersifat memaksa tanpa adanya imbalan secara langsung berdasarkan peraturan perundang-undangan yang ditetapkan.

Pengklasifikasian Pajak

Pajak dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu menurut golongan, menurut sifat, dan menurut lembaga pemugutnya. Berikut akan dijelaskan mengenai masing-masing pajak menurut klasifikasinya: Menurut golongan (a) Pajak langsung adalah pajak yang harus ditanggung sendiri oleh wajib pajak yang bersangkutan dan tidak bisa dilimpahkan atau dibebankan kepada orang lain atau pihak lain. Contoh: Pajak Penghasilan (PPH), (b) Pajak tidak langsung adalah pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain atau pihak ketiga. Pajak tidak langsung terjadi jika terdapat suatu kegiatan, peristiwa, perbuatan yang menyebabkan terutangnya pajak, misal terjadi penyerahan barang atau jasa. Contoh: Pajak Pertambahan nilai (PPn). Menurut sifat (a) Pajak subjektif adalah pajak yang pengenaannya memperhatikan pada keadaan pribadi wajib pajak atau pengenaannya memperhatikan keadaan subjeknya. Contoh: Pajak Penghasilan, (b) Pajak yang pengenaannya memperhatikan pada objeknya baik berupa, benda, keadaan, perbuatan, atau peristiwa yang mengakibatkan timbulnya kewajiban membayar pajak, tanpa memperhatikan keadaan pribadi subjek pajak (wajib pajak) maupun tempat tinggal. Contoh: Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah.

Fungsi Pajak

Menurut Tjahjono dan Husain (2005) fungsi lainnya yang tidak kalah pentingnya yaitu pajak sebagai fungsi mengatur. Penjelasan untuk masing-masing fungsi tersebut yaitu: (1) Sumber keuangan negara Pemerintah memungut pajak terutama atau semata-mata untuk memperoleh uang sebanyak-banyaknya untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya baik bersifat rutin maupun untuk pembangunan, fungsi sumber keuangan negara yaitu fungsi pajak untuk memasukkan uang ke kas negara atau dengan kata lain fungsi pajak sebagai sumber penerimaan negara dan digunakan untuk pengeluaran negara baik pengeluaran rutin maupun pengeluaran pembangunan, (2) Fungsi mengatur atau non budgetair selain usaha untuk memasukkan uang sebanyak mungkin untuk kegunaan kas negara, pajak harus dimaksudkan sebagai usaha pemerintah untuk turut campur tangan dalam mengatur dan bilamana perlu, mengubah susunan pendapatan dan kekayaan dalam sektor swasta. Pada alat untuk melaksanakan kebijakan negara dalam bidang ekonomi dan

sosial, sebagai alat untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang letaknya diluar bidang keuangan.

Pajak Reklame

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 70 tahun 2010 Tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame, yang dimaksud Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame yaitu benda, alat pembuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum. Dasar hukum pajak reklame adalah Nilai Sewa Reklame.

Berdasarkan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 70 Tahun 2010 tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame, yang disebut sebagai subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan hukum yang menyelenggarakan atau memesan reklame, sedangkan objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame, yang meliputi: Reklame papan/ billboard/ videotron/ megatron dan sejenisnya; Reklame kain; Reklame melekat, stiker; Reklame selebaran; Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan; Reklame udara; Reklame apung; Reklame suara; Reklame film/slide; dan Reklame peragaan.

Penyelenggaraan Pajak Reklame

Reklame berdasarkan penyelenggaraannya dibagi menjadi: (1) Reklame permanen yaitu reklame megatron dan reklame papan dengan luas bidang 8 m² (delapan meter persegi) kebawah yang diselenggarakan di persil atau reklame berjalan, (2) Reklame terbatas yaitu reklame megatron dan papan dengan luas bidang lebih dari 8 m² (delapan meter persegi) yang diselenggarakan di lokasi persil atau reklame megatron dan reklame papan yang diselenggarakan di lokasi bukan persil, (3) Reklame insidental yaitu baliho, kain, reklame peragaan, reklame selebaran, reklame melekat, reklame film, reklame udara, reklame apung, dan reklame suara.

Dasar Hukum Pajak Reklame

Dasar hukum yang digunakan dalam penyelenggaraan pajak reklame Pemerintah Kota Surabaya adalah: (1) Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 8 Tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Reklame dan Pajak Reklame, (2) Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 10 Tahun 2009 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 8 Tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Reklame dan Pajak Reklame, (3) Peraturan Walikota Surabaya Nomor 85 Tahun 2006 tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame, (4) Peraturan Walikota Surabaya Nomor 1 Tahun 2011 Tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Surabaya Nomor 85 Tahun 2006 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame, (5) Peraturan Walikota Surabaya Nomor 79 Tahun 2012 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame.

Tarif Pajak

Peraturan Walikota Surabaya Nomor 70 tahun 2010 menjelaskan tentang perhitungan nilai sewa reklame, dasar pengenaan pajak reklame adalah sebesar nilai sewa reklame, yang dihitung berdasarkan penjumlahan nilai jual objek pajak reklame yang meliputi: nilai perolehan harga/biaya pembuatan reklame; biaya pemasangan reklame; dan biaya pemeliharaan reklame terhadap nilai strategis penyelenggaraan reklame yang meliputi, guna lahan; ukuran reklame; sudut pandang; kelas jalan; dan harga titik/lokasi pemasangan reklame. Tarif pajak reklame ditetapkan sebesar 25% dari nilai sewa reklame.

Berdasarkan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 70 tahun 2010 Tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame, adapun Rumus Nilai Sewa Reklame (NSR) adalah dengan menjumlahkan NJOR (Nilai Jual Objek Pajak Reklame) yaitu seluruh pembayaran atau

pengeluaran biaya-biaya oleh pemilik dan/atau penyelenggara reklame dengan NSPR (Nilai Strategis Pemasangan Reklame) yaitu ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame. Cara perhitungan besarnya pajak reklame yang terutang yaitu dengan cara mengalikan tarif pajak reklame dengan dasar pengenaan pajak reklame yang dirumuskan sebagai berikut:

Pajak Reklame = Tarif Pajak Reklame x Dasar Pengenaan Pajak

Pajak Reklame = 25% x (NJOR + NSPR)

Sistem Pemungutan Pajak

Dalam melaksanakan pemungutan pajak dikenal beberapa sistem pemungutan, yaitu: (1) *Official Assessment System* adalah suatu sistem pemungutan yang memberi wewenang kepada pemerintah untuk menentukan besar pajak yang terutang oleh wajib pajak, (2) *Self Assessment System* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada wajib pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang, (3) *With Holding System* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga (bukan fiskus dan bukan wajib pajak yang bersangkutan) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak.

Kondisi Keuangan

Kondisi Keuangan Kondisi keuangan adalah kemampuan perusahaan yang tercermin dari tingkat profitabilitas (profitability) dan arus kas (*cash flow*). Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi cenderung melagorkan pajaknya dengan jujur daripada perusahaan yang mempunyai profitabilitas rendah (Aryandini 2016). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan dapat memenuhi kewajiban-kewajibannya terhadap pihak internal maupun eksternal serta kewajiban perpajakannya atas laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode. Sedangkan perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang rendah akan kesulitan dalam memenuhi kewajiban pajaknya.

Wajib Pajak

Wajib Pajak Orang Pribadi yang melakukan kegiatan usaha dan pekerjaan bebas wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas dari mereka yang menyelenggarakan kegiatan usaha dan tidak menggunakan orang untuk membuat ikatan dengan pemberi kerja. Definisi menjalankan kegiatan usaha yang ditawarkan adalah usaha apa pun yang berhubungan dengan bidang, baik pertanian, industri, perdagangan, atau yang lainnya. Sementara pekerjaan bebas terkait dengan keahlian atau profesi yang dijalankan sendiri oleh tenaga ahli yang miliknya antara lain pengacara, akuntan, konsultan, notaris atau dukler hal tersebut berarti, pekerjaan pekerjaan seperti itu dilengkapi dengan praktek sendiri dengan nama sendiri. Jika yang diberikan hanya bekerja atau berstatus karyawan, misalnya seorang akuntan bekerja di Kantor Akuntan Publik maka yang disetujui tidak termasuk wajib pajak orang pribadi yang menjalankan pekerjaan bebas.

Wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha dan pekerjaan bebas di Indonesia harus menerima pembayar yang dapat diberikan keterangan-keterangan yang cukup untuk penghitungan Penghasilan Kena Pajak atau harga yang disetujui atau penyerahan barang-barang atau jasa. Penghitungan jumlah pajak yang terutang berdasarkan ketentuan peraturan-undangan perpajakan.

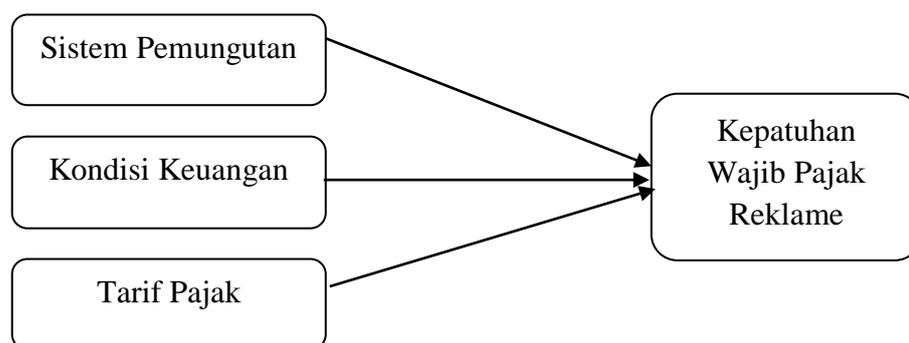
Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak sederhananya dapat diartikan sebagai tingkat wajib pajak mematuhi kewajiban pajaknya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Menurut Zain (2004:13) memiliki pengertian yaitu: "Suatu iklim kepatuhan dan kesadaran pemenuhan

kewajiban perpajakan, tercermin dalam situasi di mana: (1) Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan, (2) Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak, (3) Laporan Keuangan diaudit oleh Akuntan Publik atau Lembaga Pengawasan Keuangan Pemerintah dengan pendapat Wajar Tanpa Pengecualian selama 3 (tiga) tahun berturut-turut, (4) Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terakhir. Kepatuhan wajib pajak dapat dibedakan menjadi 2, yaitu: (1) Kepatuhan Formal yaitu suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi kewajiban secara formal sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Perpajakan. Kepatuhan formal merupakan suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi kewajiban penyetoran dan pelaporan pajak sesuai dengan ketentuan dan jadwal yang telah ditentukan, (2) Kepatuhan Materiil yaitu lebih menekankan pada suatu keadaan wajib pajak secara hakikatnya memenuhi semua ketentuan material dalam arti perhitungan dan penyetoran pajak dengan benar sesuai isi dan jiwa Undang-Undang.

Rerangka Pemikiran

Dasar teori yang menggambarkan keterkaitan antara variabel-variabel telah dideskripsikan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yang berkaitan satu sama lain yaitu sistem pemungutan, kondisi keuangan, tarif pajak serta satu variabel dependen yaitu kepatuhan wajib pajak reklame. Rerangka pemikiran ini dibuat dengan tujuan agar mempermudah pemahaman atas masalah yang akan dibahas pada penelitian ini. Adapun model pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2
Model Penelitian

Rumusan Hipotesis

Pengaruh Sistem Pemungutan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

Sistem pemungutan pajak merupakan suatu bagian penting yang menunjang keberhasilan proses pemungutan pajak pada suatu negara. Pada umumnya terdapat tiga sistem pemungutan pajak, yaitu *Official assessment System*, *Self Assessment System* dan *Withholding System*. Indonesia mulai menerapkan sistem *Self Assessment System* sejak adanya Reformasi Perpajakan. Dalam sistem ini, wajib pajak diharuskan untuk berperan aktif, mulai dari mendaftarkan dirinya sebagai wajib pajak, melaporkan pajaknya, menghitung besarnya pajak yang terutang dan menyetorkan kewajiban pajaknya. Sedangkan aparat pajak berperan sebagai pembina, pembimbing, dan pengawas pelaksanaan kewajiban yang dilakukan oleh wajib pajak.

H₁: Sistem Pemungutan Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame.

Pengaruh Kondisi Keuangan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi cenderung melaporkan pajaknya dengan jujur daripada perusahaan yang mempunyai profitabilitas rendah (Aryandini, 2016). Kemungkinan untuk tidak mematuhi kewajiban perpajakan akan dialami oleh perusahaan yang mempunyai kesulitan likuiditas karena perusahaan tersebut berusaha untuk mempertahankan arus kasnya.

H₂: Kondisi Keuangan Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame.

Pengaruh Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

Tarif pajak adalah persentase yang dipakai sebagai dasar dalam menghitung pajak terutang yang harus disetor. Besarnya tarif pajak reklame sebesar 25%, untuk mematuhi kewajibannya dalam membayar pajak dan memberikan motivasi wajib pajak untuk mematuhi kewajibannya dalam membayar pajak. Tarif pajak yang adil dan tidak memberatkan bagi wajib pajak dapat mendorongnya dalam mematuhi kewajiban perpajakan setiap bulan. Semakin adil tarif pajak yang pemerintah tetapkan, maka semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak untuk melaporkan penghasilan kepada administrasi pajak.

H₃: Tarif Pajak Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini penulis ingin menguji hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sistem pemungutan, kondisi keuangan dan tarif pajak sebagai variabel independen dan kepatuhan wajib pajak reklame sebagai variabel dependen.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan untuk menentukan sampel adalah *random sampling* dimana sampel diambil dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu, yaitu wajib pajak reklame di Kota Surabaya secara acak. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 50 responden yang termasuk wajib pajak reklame di Kota Surabaya dengan harapan bahwa informasi yang diberikan akan sesuai dengan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Sumber data pada penelitian ini adalah sumber primer. Pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah Skala *Likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, selanjutnya ditetapkan sebagai variabel penelitian. Metode pengumpulan data untuk data primer dilakukan dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner fisik. Kuesioner diserahkan langsung dan ditujukan kepada responden.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel

Pada penelitian ini, ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel dependen yang digunakan adalah kepatuhan wajib pajak reklame dan variabel independen yang digunakan adalah sistem pemungutan, kondisi keuangan dan tarif pajak.

Definisi Operasional Variabel

Sistem Pemungutan

Indikator pengukuran yang digunakan pada variabel ini mengadopsi dari penelitian yang telah dilakukan oleh Nisa (2017) yaitu: (1) Pembayaran pajak, (2) Pemungutan pajak, (3) Sistem pembayaran, (4) Pelaksanaan pemungutan pajak.

Kondisi Keuangan

Kondisi keuangan dalam penelitian ini dapat diukur menggunakan indikator dari penelitian Mustikasari (2007) antara lain: (1) Pengaruh arus kas tahun pajak terakhir, (2) Pengaruh laba sebelum pajak tahun pajak terakhir.

Tarif Pajak

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Permatasari dan Laksito (2013) indikator untuk mengukur tarif pajak yaitu: (1) Prinsip kemampuan dalam membayar pajak, (2) Kemampuan dalam membayar pajak, (3) Tarif pajak yang diberlakukan di Indonesia.

Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

Penelitian variabel ini menggunakan kuesioner yang mengacu pada indikator Madewing (2013) yaitu: (1) Pendaftaran wajib pajak, (2) Perhitungan pajak, (3) Pembayaran pajak, (4) Pembukuan.

Teknik Analisis Data

Sesuai dengan tujuan penelitian maka digunakan teknik analisis untuk menguji hipotesis secara statistik sebagai berikut

Analisis Statistika

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan sampel data yang telah dikumpulkan dalam kondisi sebenarnya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku umum dan generalisasi. Statistik deskriptif yang dinyatakan oleh Ghozali (2009) dinilai berguna dalam memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *range*, *sum*, kurtosis dan skewness.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut (Nugraheni, 2015):

$$KP = a + \beta_1 SP + \beta_2 KK + \beta_3 TP + e$$

Keterangan:

a : Konstanta

KP : Variabel Kepatuhan Wajib Pajak

SP : Variabel Sistem Pemungutan

KK : Variabel Kondisi Keuangan

TP : Variabel Tarif Pajak

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$: Koefisien Regresi

e : Error

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Pengujian validitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Correlated Item-Total Correlation* dengan kriteria sebagai berikut: jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel dan nilainya positif (pada taraf signifikan 5 persen atau 0,05), maka butir atau indikator pertanyaan tersebut dikatakan “valid”, dan sebaliknya.

Uji Reliabilitas

Uji coba terhadap butir pertanyaan yang valid dilakukan untuk mengetahui keandalan butir pertanyaan tersebut dengan SPSS. Cara yang digunakan untuk menguji reabilitas kuesioner adalah dengan menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha*. Kriteria pengujian uji reabilitas adalah sebagai berikut: (a) $\alpha > 0,60$ dinyatakan memiliki reliabilitas, (b) $\alpha < 0,60$ dinyatakan tidak memiliki reliabilitas.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dapat dilakukan untuk hasil regresi untuk kedua model yang akan diestimasi. Caranya adalah dengan mencari angka *tolerance*, dimana *tolerance* adalah nilai $1-R^2$. R^2 adalah koefisien determinasi dari regresi atas suatu variabel bebas terhadap sisa variabel bebas lainnya. Setelah angka *tolerance* diperoleh selanjutnya dicari angka VIF. Angka VIF (*Variance Inflation Factor*) yang merupakan kebalikan (resiprokal) dari *tolerance*. Kesimpulan yang dapat diambil yaitu semakin tinggi nilai *tolerance* semakin rendah derajat kolinearitas yang terjadi. Sedangkan untuk VIF, semakin rendah nilai VIF semakin rendah derajat kolinearitas yang terjadi. Batasan nilai maksimum VIF yang biasa digunakan untuk menjustifikasi adanya kolinearitas adalah 10.

Uji Heterokedastisitas

Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara lain prediksi variabel terikat (ZPREID) dengan residualnya (SRESID). Dasar pengambilan keputusannya, jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heterokedastisitas. Apabila terdapat pola yang menyebar, yang dimana titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2011).

Uji Normalitas Data

Ghozali (2006) menyatakan uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat keduanya memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam pengujian normalitas suatu data, apabila data yang banyaknya lebih dari 30 ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal dan dapat dijelaskan kembali, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Pengujian Model

Koefisien determinasi (*adjusted R²*)

Koefisien determinasi ini merupakan besarnya variabel bebas terhadap variabel tergantungnya, sehingga semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tergantungnya (Suliyanto, 2011:55). Tingkat ketepatan regresi dinyatakan dalam koefisien determinasi (R^2) yang nilainya antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$).

Uji Kelayakan (Uji F)

Ketentuan penerimaan dan penolakan hipotesis adalah sebagai berikut: (a) Jika nilai signifikan F hitung $< F$ tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Berarti bahwa secara bersamaan seluruh variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, (b) Jika nilai signifikansi F hitung $> F$ tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Hipotesis (Uji t)

Menurut Ghozali (2006), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji t dapat dilakukan dengan hanya melihat nilai signifikansi t masing masing variabel yang terdapat pada output hasil regresi menggunakan SPSS. Jika statistik *p value* $< 0,05$ maka hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel independen terhadap dependen dapat diterima.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1
Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sistem Pemungutan (X1)	50	3.00	5.00	3.9750	.39528
Kondisi Keuangan(X2)	50	3.00	5.00	4.1300	.41416
Tarif Pajak (X3)	50	3.50	5.00	4.1800	.40102
Kepatuhan Wajib Pajak Reklame (Y)	50	3.25	5.00	4.0650	.34556
Valid N (listwise)					

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Tabel 1 menunjukkan statistik deskriptif mengenai gambaran masing-masing dari variabel penelitian yaitu sistem pemungutan, kondisi keuangan, tarif pajak sebagai variabel independen dan kepatuhan wajib pajak reklame sebagai variabel dependen.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Correlated Item-Total Correlation* dengan kriteria sebagai berikut: jika nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel dan nilainya positif (pada taraf signifikan 5 persen atau 0,05), maka butir atau indikator pertanyaan tersebut dikatakan "valid", dan sebaliknya (Ghozali,2006).

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
Sistem Pemungutan (X1)	X1.1	0,829	0,279	Valid
	X1.2	0,796	0,279	Valid
	X1.3	0,809	0,279	Valid
	X1.4	0,727	0,279	Valid
Kondisi Keuangan (X2)	X2.1	0,813	0,279	Valid
	X2.2	0,892	0,279	Valid

Tarif Pajak (X3)	X3.1	0,878	0,279	Valid
	X3.2	0,871	0,279	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak Reklame (Y)	Y1	0,569		Valid
	Y2	0,779	0,279	Valid
	Y3	0,665	0,279	Valid
	Y4	0,674	0,279	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa hasil uji validitas indikator dari semua variabel bebas maupun variabel terikat menunjukkan hasil valid.

Uji Reliabilitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji reliabel dan tidak dapat diukur dengan melihat koefisien *cronbach'alpha* dengan kriteria: (1) Jika nilai *cronbach'alpha* $\geq 0,60$ variabel dikatakan reliabel, (2) jika nilai *cronbach'alpha* $< 0,60$ variabel dikatakan tidak reliabel. Tabel dibawah ini merupakan hasil uji reliabilitas variabel Pemahaman Tentang Sistem Pemungutan, Kondisi Keuangan, Tarif Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak Reklame:

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Kritis	N of item	Keterangan
Sistem Pemungutan (X1)	0,782	$\geq 0,60$	4	Reliabel
Kondisi Keuangan(X2)	0,619	$\geq 0,60$	2	Reliabel
Tarif Pajak (X3)	0,693	$\geq 0,60$	2	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak Reklame (Y)	0,650	$\geq 0,60$	4	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa indikator masing-masing variabel terikat maupun subvariabel bebas dikatakan reliabel, karena masing-masing nilai *Cronbach Alpha* dari variabel dan subvariabel menunjukkan angka lebih besar dari 0,6 maka seluruh variabel maupun subvariabel dapat dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen (Ghozali, 2011). Uji multikolinearitas dapat dilakukan untuk hasil regresi untuk kedua model yang akan diestimasi. Angka VIF (*Variance Inflation Factor*) yang merupakan kebalikan (resiprokal) dari *tolerance*. Dengan demikian semakin tinggi nilai *tolerance* semakin rendah derajat kolinearitas yang terjadi. Sedangkan untuk VIF, semakin rendah nilai VIF semakin rendah derajat kolinearitas yang terjadi. Batasan nilai maksimum VIF yang biasa digunakan untuk menjustifikasi adanya kolinearitas adalah 10. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF yang disajikan pada tabel dibawah:

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	VIF	
Sistem Pemungutan(X1)	0,767	1,303	Tidak Ada Multikolinearitas
Kondisi Keuangan (X2)	0,787	1,271	Tidak Ada Multikolinearitas
Tarif Pajak (X3)	0,843	1,187	Tidak Ada Multikolinearitas

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4 disimpulkan bahwa data tersebut tidak mengandung multikolinearitas, hal ini dikarenakan nilai VIF dari keseluruhan variabel dibawah 10, serta nilai Tolerance value seluruh variabel bebas lebih dari 0,10.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan menggunakan Uji *Glejser* yaitu dengan meregresikan semua independen dari model regresi dengan nilai mutlak residualnya. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat di tabel dibawah ini:

Tabel 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Sistem Pemungutan (X1)	0,230	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kondisi Keuangan (X2)	0,868	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Tarif Pajak (X3)	0,355	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas indikator dari semua variabel bebas tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

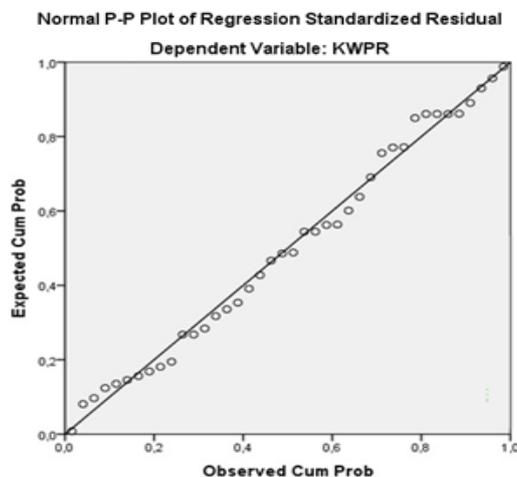
Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji yang dilakukan untuk mengetahui normalitas data penelitian ini menggunakan uji statistik "*Kolmogorov Smirnov*" dengan melihat pada nilai *unstandardized residual*. Model regresi akan dinyatakan memenuhi asumsi normalitas apabila kriteria nilai "*Asymp Sig*" (*2 tailed*) > 0,05. Tabel dibawah akan menunjukkan hasil uji normalitas pada penelitian ini:

Tabel 6
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.22036678
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.062
	Negative	-.107
Test Statistic		.107
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov Test* dapat dilihat bahwa nilai signifikan ($0,200$) lebih besar dari $0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Grafik *p-plot* dibawah akan menunjukkan nilai signifikansi yang telah didistribusikan:



Gambar 3
Grafik Pengujian Normalitas
Sumber : Data Primer diolah, 2020

Grafik di atas adalah grafik *p-plot* yang menunjukkan pendistribusian data pada penelitian ini telah mengikuti garis diagonal antara 0 dengan pertemuan sumbu Y dan sumbu X, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis dalam penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda, yaoti analisis untuk lebih dari satu variabel independen sebagai berikut:

$$KP = a + \beta_1 SP + \beta_2 KK + \beta_3 TP + e$$

Berikut ini merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan program SPSS 25 disajikan pada Tabel di bawah:

Tabel 7
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	B
(Constant)	0,605
Sistem Pemungutan (X1)	0,434
Kondisi Keuangan (X2)	0,175
Tarif Pajak (X3)	0,242

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,605 + 0,434X_1 + 0,175X_2 + 0,242X_3$$

Keterangan:

Y : Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

- a : Konstanta
- b_1, b_2, b_3 : Koefisien Regresi
- X_1 : Sistem Pemungutan
- X_2 : Kondisi Keuangan
- X_3 : Tarif Pajak

Dari persamaan di atas menunjukkan pengaruh pemahaman tentang sistem pemungutan, kondisi keuangan dan tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak reklame. Berikut merupakan arti dari persamaan koefisien regresi: (1) Koefisien regresi Sistem Pemungutan $X_1 = 0,434$, bernilai positif, artinya semakin baik pemahaman wajib pajak tentang sistem pemungutan akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak reklame, (2) Koefisien regresi Kondisi Keuangan $X_2 = 0,175$, bernilai positif, artinya semakin diselenggarakan dengan baik dan efektif akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak reklame, (3) Koefisien regresi Tarif pajak $X_3 = 0,242$, bernilai negatif, artinya semakin tinggi tarif pajak yang berlaku akan menurunkan tingkat kepatuhan wajib pajak reklame.

Uji Kelayakan Model Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan hasilnya disajikan pada tabel berikut:

Tabel 8
Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square
1	0,770	0,593

a. Predictors: (Constant), SP, KK, TP
b. Dependent Variable: KWPR

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa koefisien determinasi (*R Square*) sebesar yang berarti bahwa variabel-variabel independen mampu menerangkan kepatuhan wajib pajak reklame sebesar 59,3% sedangkan sisanya sebesar 40,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Uji F (*Goodness Of Fit*)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel sistem pemungutan, kondisi keuangan dan tarif pajak secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepatuhan wajib pajak. Kriteria keputusannya adalah sebagai berikut: (a) Jika $\alpha > 0,05$ maka uji kecocokan model ditolak, (b) Jika $\alpha < 0,05$ maka uji kecocokan model diterima. Tabel dibawah ini menunjukkan hasil Uji F yang telah dilakukan:

Tabel 9
Hasil Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3.472	3	1.157	22.371	.000 ^b
1 Residual	2.380	46	.052		
Total	5.851	49			

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penerapan e-form, pengetahuan perpajakan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak memenuhi *goodness of fit* (model diterima).

Uji Hipotesis (Uji t)

Pengujian statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hasil dari pengujian ini bisa dilihat dari nilai signifikan dan nilai *Unstandardized Coefficients* B. Nilai signifikan yang menunjukkan $< 0,05$ dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10
Hasil Uji t

Variabel	Sig.	A	Kesimpulan
Sistem Pemungutan(X1)	0,000	0,05	Hipotesis Didukung
Kondisi Keuangan (X2)	0,004	0,05	Hipotesis Didukung
Tarif Pajak (X3)	0,009	0,05	Hipotesis Didukung

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil Tabel uji t di atas dapat dinyatakan bahwa: (a) Sistem pemungutan (X_1) memiliki nilai sig. $0,000 \leq 0,05$ artinya H_{01} ditolak dan H_{a1} sehingga hipotesis didukung data. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pemahaman tentang sistem pemungutan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak reklame, (b) Kondisi keuangan memiliki nilai sig. $0,004 \leq 0,05$ artinya H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima sehingga hipotesis didukung data. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kondisi keuangan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak reklame, (c) Tarif pajak memiliki nilai sig. $0,009 \leq 0,05$ artinya H_{03} ditolak dan H_{3} diterima sehingga hipotesis didukung data. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Tarif Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame.

Pembahasan

Pengaruh Pemahaman tentang Sistem Pemungutan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Signifikan ($0,000 \leq Level\ of\ Significant\ (0,05)$), maka H_0 ditolak atau H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pemahaman tentang sistem perpajakan (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame (Y). Sistem pemungutan pajak merupakan cara yang dilakukan pemerintah untuk memungut pajak dari wajib pajak berdasarkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan pemerintah. Sistem pemungutan pajak telah mengalami berbagai perubahan seiring dengan kebutuhan masyarakat. Perubahan sistem yang diterapkan dalam proses pemungutan pajak sering disebut dengan istilah reformasi pajak. Reformasi pajak dilakukan dengan tujuan mempermudah wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya dalam perpajakan atau dengan kata lain, reformasi pajak merupakan cara pemerintah untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaksanaan sistem pemungutan pajak yang mudah pada wajib pajak yang menggunakan reklame sebagai sarana mempromosikan kegiatan usahanya di Kota Surabaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Sarunan (2015) serta Penelitian Apriliana (2013) dan Arismayani *et al.* (2017) yang menghasilkan kesimpulan bahwa modernisasi sistem administratif perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Dalam sistem ini, wajib pajak diharuskan untuk berperan aktif, mulai dari mendaftarkan dirinya sebagai

wajib pajak, melaporkan pajaknya, menghitung besarnya pajak yang terutang dan menyetorkan kewajiban pajaknya.

Pengaruh Kondisi Keuangan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

Kondisi Keuangan memiliki nilai sig. $0,004 \leq 0,05$ artinya H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima sehingga hipotesis didukung data. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kondisi Keuangan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame. Kondisi keuangan wajib pajak dinilai mempengaruhi kepatuhannya dalam memenuhi kewajiban perpajakannya karena wajib pajak yang kegiatan usahanya mempunyai profitabilitas tinggi cenderung melaporkan pajaknya dengan jujur dan wajib pajak yang memiliki profitabilitas rendah cenderung untuk menghindari kewajiban perpajakannya karena dinilai memberatkan. Kemungkinan untuk tidak mematuhi kewajiban perpajakan akan dialami oleh kegiatan usaha wajib pajak yang mempunyai kesulitan likuiditas karena berusaha untuk mempertahankan arus kasnya. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kondisi keuangan pada wajib pajak reklame yang memiliki kegiatan usaha di Surabaya mempengaruhi rasa kepatuhan dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya. Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi *et al.* (2014) menyatakan bahwa kondisi keuangan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak reklame serta Mory (2015) juga meneliti variabel yang sama dan menghasilkan kesimpulan bahwa kondisi keuangan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

Tarif Pajak memiliki nilai sig. $0,009 \leq 0,05$ artinya H_{03} ditolak dan H_{3} diterima sehingga hipotesis didukung data. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Tarif Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame. Besarnya tarif pajak reklame sebesar 25%, untuk mematuhi kewajibannya dalam membayar pajak dan memberikan motivasi wajib pajak untuk mematuhi kewajibannya dalam membayar pajak. Tarif pajak yang adil dan tidak memberatkan bagi wajib pajak dapat mendorong nya dalam mematuhi kewajiban perpajakan setiap bulan. Semakin adil tarif pajak yang pemerintah tetapkan, maka semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak untuk melaporkan penghasilan kepada administrasi pajak. Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Ananda *et al.* (2015) dan Muhammad *et al.*, (2019) menyatakan tarif pajak memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data serta pembahasan yang telah dilakukan dari bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut: (1) Koefisien regresi Sistem Pemungutan 0,434 menunjukkan arah positif namun tingkat signifikannya $0,000 < 0,05$ sehingga variabel sistem pemungutan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak reklame. Hal ini disebabkan karena sistem pemungutan sistem ini, wajib pajak diharuskan untuk berperan aktif, mulai dari mendaftarkan dirinya sebagai wajib pajak, melaporkan pajaknya, menghitung besarnya pajak yang terutang dan menyetorkan kewajiban pajaknya. Sistem pemungutan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame, (2) Pengujian hipotesis kondisi keuangan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame. Nilai koefisien regresi kondisi keuangan adalah 0,175 menunjukkan arah positif. Namun tingkat signifikannya $0,004 < 0,05$ sehingga variabel kondisi keuangan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak reklame. Hal ini disebabkan karena naik turunnya kondisi keuangan dapat mempengaruhi patuh tidaknya wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya. Kondisi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame, (3) Pengujian hipotesis tarif pajak terhadap kepatuhan wajib

pajak reklame. Nilai koefisien regresi tarif pajak adalah 0,242 menunjukkan arah positif. Namun tingkat signifikannya $0,009 < 0,05$ sehingga variabel tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak reklame. Hal ini disebabkan wajib pajak mau membayar pajak apabila jumlah pajak yang harus dibayar tidak memberatkan atau menyulitkan wajib pajak, artinya apabila jumlah tarif pajak yang berlaku tidak terlalu tinggi maka wajib pajak justru akan lebih patuh untuk membayar pajak. Tarif pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame.

Keterbatasan

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan pedoman dan prosedur yang telah ditetapkan, namun demikian masih memiliki keterbatasan, antara lain: (1) Adanya keterbatasan penelitian pada pengisian kuisioner yang terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya dan tidak dilengkapi dengan adanya wawancara, (2) Keterbatasan responden yang awalnya khawatir disinggung tentang kondisi keuangan tidak sesuai dengan pajak yang harus dikeluarkan.

Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan peneliti guna memperbaiki dan menyempurnakan penelitian terkait dengan kepatuhan wajib pajak bagi peneliti berikutnya adalah sebagai berikut: (1) Wajib pajak harus bisa mematuhi dan memahami metode dari sistem pemungutan pajak yang berlaku di tiap-tiap daerah, (2) Wajib pajak harus tetap membayar pajak bagaimanapun kondisi keuangan sesuai tarif pajak yang berlaku karena membayar pajak adalah suatu kewajiban, (3) Petugas pajak perlu memberikan sosialisasi mengenai tarif pajak yang berlaku, (4) Peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperluas objek penelitian dengan menambah jumlah responden ataupun menambah variabel yang tidak ada pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50: 179-211.
- Ananda, P.R.D., S. Kumadji, dan A. Husaini. 2015. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada UMKM Yang Terdaftar Sebagai Wajib Pajak Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu). *Journal of Chemical Information and Modeling* 6 (2): 1689-99.
- Anam, Chairul. 2018. Pengaruh Risiko Kredit dan Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Pada Bank Umum Konvensional yang Terdaftar di BEI (2012-2016). *Jurnal Bisnis dan Perkembangan Bisnis*. 2 (2).
- Apriliana, R. 2013. Pengaruh Penerapan Sistem Modernisasi Administrasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris pada WPOP di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Arifah Andini, Rita dan Raharjo, Kharis. 2017. Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Perpajakan Dan Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Demak Selama Periode 2012-2016 .
- Arismayani, N.L., I.G.A. Yuniarta, dan I.N.P. Yasa. 2017. Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Motivasi Wajib Pajak, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Pemerintah Dan Hukum Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, *e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1* 8 (2) Tahun 2017.
- Aryandini, S. 2016. Pengaruh Kewajiban Moral, Pemeriksaan Pajak, dan Kondisi Keuangan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan Untuk Usaha Hotelyang Terdaftar di Dinas Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru. *JOM Fekon*, 3, 1463-1477.

- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Haryuda, A.A. 2013. Pengaruh Tingkat Kesadaran, Pengetahuan dan Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kondisi Keuangan Serta Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Wajib Pajak Badan. *Skripsi thesis*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Madewing, I. 2013. *Pengaruh Modernisasi System Administrasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Utara*. Universitas Hasanudin. Makassar.
- Mardiasmo. 2011. *Perpajakan Edisi Revisi*. Andi. Yogyakarta.
- Mory, S. 2015. Pengaruh pelayanan fiskus, sanksi perpajakan, sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak dan kondisi keuangan terhadap kepatuhan wajib pajak (studi pada wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha dan pekerjaan bebas di kpp pratama tanjung balai karimun). Universitas Maritim Raja Ali Haji. Tanjung Pinang.
- Muhamad, M.S., M. Asnawi, dan B.J.C. Pangayow. 2019. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, tarif pajak, sanksi pajak, dan kesadran perpajakan terhadap kepatuhan pelaporan SPT tahunan wajib pajak orang pribadi (Studi Empiris Pada KPP Pratama Jayapura).
- Mustikasari, E. 2007. "Kajian Empiris tentang Kepatuhan Wajib Pajak Badan di Perusahaan Industri Pengolahan di Surabaya". Simposium Nasional Akuntansi X, Makassar.
- Nisa, I.C. 2017. "Pengaruh Sistem Pemungutan Pajak, Pelayanan Fiskus dan Efektifitas Sistem Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Layanan DRIVE THRU sebagai Variabel Moderating (Studi pada Kantor SAMSAT Gowa). *Skripsi*.
- Nugraheni, A.D. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Empiris Pada Wajib Pajak di Kota Magelang). *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 10 Tahun 2010 Perubahan atas Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 8 Tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Reklame dan Pajak Reklame. Surabaya.
- _____. Nomor 8 Tahun 2006 Penyelenggaraan Reklame dan Pajak Reklame. Surabaya.
- Peraturan Walikota Surabaya Nomor 1 Tahun 2011 Perubahan Atas Peraturan Walikota Surabaya Nomor 85 Tahun 2006 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame. Surabaya.
- _____. Nomor 70 Tahun 2010 Nilai Sewa Reklame. Surabaya.
- _____. Nomor 79 Tahun 2012 Tata Cara Penyelenggaraan Reklame. Surabaya.
- _____. Nomor 85 Tahun 2006 Tata Cara Penyelenggaraan Reklame. Surabaya.
- Permatasari, I., dan H. Laksito. 2013. Meminimalisasi Tax Evasion Melalui Tarif Pajak, Teknologi dan Informasi Perpajakan, Keadilan Sistem Perpajakan dan Ketepatan Pengalokasian Pengeluaran Pemerintah (Studi Empiris pada Wajib Pajak Orang Pribadi di Wilayah KPP Pratama Pekanbaru Senapelan). *Diponegoro Journal of Accounting* 2(2): 1-10.
- Pratiwi, I.G., A.A.M. Andriani., dan P.E. Setiawan. 2014. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Kondisi Keuangan Perusahaan, Dan Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Di Dinas Pendapatan Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 6.1:139-153.
- Sarunan, W.K. 2015. Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap

- Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dan Wajib Pajak Badan Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado. *Jurnal ISSN 2303-1174*.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta. Bandung
- Suliyanto, 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi. Yogyakarta
- Tjahjono, A., dan M. F. Husein. 2005. *Perpajakan edisi 3*. Penerbit UPP AMP YKPN. Yogyakarta
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah Waluyo. 2009. *Perpajakan Indonesia*. penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Wulandari, T. 2018. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pekanbaru Senapelan), 1-15.
- Zain, M. 2004. *Manajemen Perpajakan*. Salemba Empat. Jakarta.