

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Indonesia merupakan negara berkembang di mana pendapatan negara adalah salah satu hal pokok yang sangat dibutuhkan untuk pembiayaan negara, fasilitas umum, pembayaran gaji pegawai dan belanja negara. Sumber pendapatan negara yang dimaksudkan adalah penerimaan pajak dan penerimaan bukan pajak. Indonesia merupakan negara yang besar dengan penduduk 270,20 juta jiwa (Sensus 2020). Pembangunan Nasional yang masih kurang dan perlu diperbaiki. Fasilitas umum yang ada di Indonesia juga masih sangat kurang dan minim. Pemerintah Indonesia sangat berperan penting dalam mewujudkan Indonesia yang adil, makmur dan sejahtera. Fungsi dari pemerintah, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah yaitu sebagai lembaga ekonomi.

Peran pemerintah adalah upaya yang secara sadar dilakukan oleh suatu bangsa, negara dan pemerintah dalam rangka pencapaian tujuan nasional melalui pertumbuhan dan perubahan secara terencana menuju masyarakat modern. Untuk mewujudkan pencapaian tujuan nasional bukan hanya peran pemerintah saja, namun harus ada kesadaran partisipasi dari masyarakat itu sendiri. Salah satu peran masyarakat untuk

mencapai tujuan yaitu dengan membayar pajak. Dengan membayar pajak membuat pengeluaran pemerintah stabil dan mencegah terjadinya inflasi.

Setiap orang yang hidup dalam suatu negara pasti atau harus berurusan dengan pajak, oleh karena itu masalah pajak juga menjadi masalah seluruh rakyat dalam negara tersebut. Dengan demikian setiap orang sebagai anggota masyarakat harus mengetahui segala permasalahan yang berhubungan dengan pajak, baik mengenai pengetahuan pajak, kesadaran pajak dan sanksi pajak.

Pajak merupakan sumber pendapatan negara yang sangat potensial. Jenis pungutan di Indonesia terdiri dari pajak negara (pajak pusat), pajak daerah, retribusi daerah, bea dan cukai dan penerimaan negara bukan pajak. Salah satu pos Penerimaan Asli Daerah dalam anggaran pendapatan belanja daerah (APBD) adalah pajak daerah. Terdapat dua jenis pungutan pajak di Indonesia berdasarkan lembaga pemungutnya yaitu Pajak Pusat dan Pajak Daerah. Pajak Negara atau Pajak Pusat yaitu pajak yang dipungut oleh Pemerintah Pusat yang penyelenggaraan pemungutannya dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak. Pajak daerah adalah pajak yang wewenang pemungutannya berada pada Pemerintah Daerah, baik tingkat Provinsi, Kabupaten, dan Kota yang hasil pemungutannya digunakan untuk pembiayaan rumah tangga daerahnya.

Salah satu pajak yang mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pajak daerah. Daerah berhak mengenakan pungutan kepada masyarakat untuk menyelenggarakan pemerintahan berdasarkan Undang-undang. Undang-undang yang mengatur tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah adalah Undang-undang No. 28 Tahun 2009. Peraturan ini menyatakan pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak

mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi kemakmuran rakyat.

Pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang. Pajak daerah terbagi menjadi dua yaitu pajak provinsi dan pajak kabupaten / kota. Salah satu pajak yang potensial bagi pendapatan daerah di Jakarta adalah pajak reklame. Kota Jakarta sebagai pusat kota dan sekaligus sebagai kota industri maka prospek pajak reklame cukup potensial. Terdapat fenomena bahwa, tidak sedikit reklame permanen semacam baliho yang harus dipasang stiker 'Reklame Ini Belum Bayar Pajak'. Pemasangan stiker tersebut karena reklame belum diurus izinnya, belum memperpanjang atau belum mendaftarkan. Hingga tahun 2020 masih terdapat stiker tersebut di beberapa daerah di Duren Sawit, hal ini membuktikan bahwa kepatuhan wajib pajak masih rendah.

Duren Sawit merupakan salah satu kecamatan di Jakarta Timur. Duren Sawit mengalami pertumbuhan yang sangat pesat terutama pada sektor usaha dan industri-industri. Pajak reklame merupakan salah satu pajak daerah yang memiliki potensi yang besar. Reklame adalah benda, alat atau media yang digunakan untuk

**Tabel 1.1**

**Rekapitulasi Target dan Realisasi Penerimaan Pendapatan Pajak Reklame Kecamatan  
Duren Sawit Tahun 2015-2020**

Sumber : Bapenda Jakarta UPPRD Duren Sawit

TAHUN	Target Penerimaan Pajak (Rp)	Realisasi Penerimaan Pajak (Rp)	Persentase Penerimaan Pajak (%)
2015	Rp. 22.633.000.000	Rp. 8.474.573.894	37.4%
2016	Rp. 15.398.000.000	Rp. 14.771.582.318	95.93%
2017	Rp. 14.000.000.000	Rp. 14.811.387.532	105.7%
2018	Rp. 16.420.000.000	Rp. 14.710.449.710	89.59%
2019	Rp. 14.174.642.000	Rp. 15.641.289.790	110.35%
2020	Rp. 11.928.000.000	Rp. 13.275.811.552	111.29%

Tabel 1.1, menunjukkan realisasi pendapatan daerah dari sektor pajak reklame mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Penerimaan pajak reklame mengalami peningkatan di tahun 2017, 2019 dan 2020 sedangkan tidak mencapai target pada tahun 2015, 2016 dan 2018. Kepatuhan wajib pajak reklame juga mengalami penurunan pada tahun 2015, 2016 dan 2018 hal ini akibat dari kepatuhan wajib pajak reklame yang masih rendah. Penurunan pencapaian target pajak reklame menjadi masukan untuk pemerintah daerah kecamatan Duren Sawit agar lebih memperhatikan dalam proses pemungutannya. Pemasukan dari Pajak Reklame didapat dari nilai sewa, durasi pemasangan, letak reklame dan jenis ukuran reklame.

Meskipun realisasi penerimaan relatif tinggi namun masih banyak papan reklame yang tidak memiliki izin atau belum terdaftar. Wajib pajak enggan mendaftarkan reklame nya agar terbebas dari pungutan pajak. Kurangnya pengetahuan dan kesadaran dari wajib pajak untuk mendaftarkan dan melaporkan reklame yang dimiliki. Pemerintah tidak bisa memenuhi target pendapatan reklame. Sudah sewajarnya pelaku usaha yang memiliki reklame untuk taat dan tepat waktu membayar pajak tersebut. Semakin besar jumlah pajak yang diterima, maka akan semakin menguntungkan bagi negara (Alim, 2005). Agar target tercapai, perlu ditumbuhkan secara terus menerus pengetahuan, kesadaran dan kepatuhan masyarakat untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Kesadaran perpajakan timbul dari dalam diri wajib pajak itu sendiri, tanpa memperhatikan adanya sanksi perpajakan. Sedangkan kepatuhan perpajakan timbul karena mengetahui adanya sanksi perpajakan apabila telat atau tidak membayar pajak.

Kepatuhan wajib pajak sendiri adalah perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak merupakan sebuah tolak ukur keberhasilan pemerintah daerah dalam mensosialisasikan pentingnya pajak bagi pembangunan daerah dan membiayai keperluan daerah secara mandiri. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan mengenai rendahnya pengetahuan perpajakan, dan kesadaran masyarakat

tidak dapat dimanfaatkan. Sanksi perpajakan yang diberikan pun kurang efektif mengakibatkan kurangnya kepatuhan dalam membayar pajak reklame tersebut. Penulis ingin meneliti variabel-variabel tersebut dengan judul “Analisis Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Perpajakan dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar Pajak Reklame”. Adapun objek penelitian yang digunakan yaitu Wajib Pajak Reklame yang terdaftar di Kantor Unit Pelayanan Pajak dan Retribusi Daerah (UPPRD) di Kecamatan Duren Sawit.

## **1.2 Masalah Penelitian**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame masih rendah.
2. Pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan membayar pajak reklame masih rendah.
3. Pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan membayar pajak reklame masih rendah.
4. Pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan membayar pajak reklame masih rendah.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Pada latar belakang dan identifikasi masalah telah dikemukakan masalah yang terjadi. Agar penelitian ini dapat dibahas secara tuntas dan terfokus, maka diperlukan pembatasan masalah. Penelitian ini hanya menitik beratkan pada analisis pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame. Penelitian ini dilakukan di Kantor Unit Pelayanan Pajak dan Retribusi Daerah di Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur Tahun 2021.

### **1.2.3 Rumusan Masalah**

Rumusan permasalahan penelitian ini adalah:

Seberapa besar pengaruh pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Kecamatan Duren Sawit?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan diatas, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan perpajakan, kesadaran perpajakan dan sanksi perpajakan secara bersama-sama terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di UPPD Duren Sawit.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat teoritis

Bertujuan untuk pengembangan ilmu sebagai bahan referensi, wawasan dan ilmu pengetahuan berkaitan dengan pengaruh pengetahuan, kesadaran dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak

#### 2. Manfaat praktis

##### a. Bagi Akademis

Sebagai bahan referensi lebih lanjut dalam hal berkaitan dengan kepatuhan wajib pajak.

##### b. Bagi Pemerintah Daerah

Penelitian ini diharapkan sebagai kontribusi dalam usaha peningkatan kepatuhan wajib pajak melalui faktor-faktor terkait dalam penelitian ini yaitu kepatuhan wajib pajak, pengetahuan perpajakan, kesadaran perpajakan dan sanksi perpajakan.

c. Bagi Wajib Pajak

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan kesadaran bagi wajib pajak agar lebih patuh dalam melaksanakan kewajibannya untuk membayar pajak sehingga akan meningkatkan penerimaan pajak reklame di Kecamatan Duren Sawit.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber pustaka untuk kegiatan penelitian yang sejenis.

#### **1.4 Hipotesis**

Hipotesis penelitian ini adalah:

Adanya pengaruh pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan dalam membayar pajak peklame.

## 1.5 GAP Penelitian

**Tabel 1.2**

**GAP Penelitian**

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode / Analisa Penelitian	Hasil / Kesimpulan Penelitian
1	Rr. Arifah Candrakusuma 2018	Analisis Determinasi pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta.	Metode analisis data statistik deskriptif	1) Pemahaman tentang sistem perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame, 2) Sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame. 3) Tarif pajak memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame, dan 4) sanksi perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame.

2	Ni Putu Mirah Sri Devi Permatasari1 Ni Ketut Lely Aryani M2 2019	Pengaruh Kesadaran, Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Perpajakan, Dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame.	Pendekatan kuantitatif berbentuk asosiatif	Pengaruh kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, pengetahuan perpajakan, dan persepsi wajib pajak tentang sanksi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan
3	Sri Anggun Tarias 2020	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Badan Pengelola Pajak Daerah di Kabupaten Ogan Komering Ilir.	Metode deskriptif dan pendekatan verifikatif dengan metode kuantitatif.	Hasil uji bersama menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak negatif dan tidak signifikan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak reklame, sedangkan sanksi perpajakan positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak reklame di Kabupaten Ogan Komering Ilir

Sumber : Data Primer diolah 2021

## 1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dalam lima bab, bab tersebut adalah sebagai berikut :

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis dan sistematika penulisan

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori terdahulu yang melandasi penelitian ini.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi langkah-langkah pemecah masalah dalam tugas akhir. Terdiri dari sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

### BAB IV DESKRIPSI, PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi deskripsi, penyajian data, analisis, dan pembahasan hasil penelitian.

### BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan akhir penelitian dan saran - saran

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Theory of Planned Behaviour (TPB)**

*Theory of Planned Behaviour* (TPB) menjelaskan bahwa perilaku terbentuk karena adanya intention / niat, dimana niat tersebut dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behaviour*), Norma subyektif (*Subjective norm*) dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioural control*). Teori ini tidak secara langsung berhubungan dengan jumlah atas kontrol yang sebenarnya dimiliki seseorang. Namun, teori ini lebih menekankan pengaruh-pengaruh yang mungkin dari kontrol perilaku yang dipersepsikan dalam pencapaian tujuan-tujuan atas sebuah perilaku. Faktor-faktor pengendali tersebut terdiri atas faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor internal antara lain keterampilan, kemampuan, informasi, emosi, stress, dan lain-lain . Faktor-faktor eksternal meliputi situasi dan faktor-faktor lingkungan. Berdasarkan teori tersebut, penentu terpenting perilaku seseorang adalah intensi untuk berperilaku. Intensi individu untuk menampilkan suatu perilaku adalah kombinasi dari sikap untuk menampilkan perilaku tersebut dan norma

subjektif. Sikap individu terhadap perilaku meliputi kepercayaan mengenai suatu perilaku, evaluasi terhadap hasil perilaku, norma subjektif, kepercayaan-kepercayaan normatif dan motivasi untuk patuh.

### **2.1.2 Teori Atribusi**

Heider pada tahun 1958 telah menemukan sebuah teori yang ia sebut dengan teori atribusi. Atribusi adalah sebuah teori yang membahas tentang upaya-upaya yang dilakukan untuk memahami penyebab-penyebab perilaku kita dan orang lain. Pada dasarnya, teori atribusi menyatakan bahwa bila individu-individu mengenai perilaku seseorang, mereka mencoba untuk menentukan apakah itu ditimbulkan secara internal atau eksternal. Perilaku yang disebabkan secara internal adalah perilaku yang diyakini berada dibawah kendali pribadi individu itu sendiri, sedangkan perilaku yang disebabkan secara eksternal adalah perilaku yang dipengaruhi dari luar, artinya individu terpaksa berperilaku karena situasi.

Teori atribusi relevan untuk menjelaskan penelitian ini, sebab perilaku seseorang dalam memenuhi kewajiban perpajakan ditentukan oleh suatu keadaan, baik dari faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal adalah kesadaran wajib pajak dan pengetahuan perpajakan, hal ini merupakan dasar yang harus dimiliki agar wajib pajak dapat patuh untuk membayar pajak. Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah sanksi perpajakan, hal itu disebabkan perilaku tersebut dipengaruhi oleh tuntutan situasi. Faktor internal dan eksternal tersebut dapat mempengaruhi wajib pajak dalam mengambil keputusan untuk patuh atau tidak patuh dalam membayar kewajiban pajaknya sebagai wajib pajak.

### 2.1.3 Pajak

Pengertian pajak menurut Rochmat Soemitro dalam bukunya Mardiasmo (2016), 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 umum

Pengertian Pajak menurut beberapa ahli:

1. Menurut Prof. S. I. Djajadiningrat, pajak sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian daripada kekayaan kepada negara disebabkan suatu keadaan, kejadian dari perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan-peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa balik dari negara secara langsung, untuk memelihara kesejahteraan umum.
2. Menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro (1974), pajak adalah peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada Kas Negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan “*surplus*” nya digunakan untuk “*public saving*” yang merupakan sumber utama untuk membiayai “*public investment*”.

Dari definisi diatas dapat ditarik suatu kesimpulan yang melekat pada pengertian pajak sebagai berikut :

- a. Pajak dipungut negara baik oleh pemerintah pusat maupun daerah berdasarkan undang-undang.

- b. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah (tidak ada hubungan langsung antara jumlah pembayaran pajak dengan kontraprestasi secara individual).
- c. Pajak diperuntukan bagi pengeluaran pembayaran pemerintah.
- d. Pajak dipungut disebabkan suatu keadaan, kejadian dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu pada seseorang.

## **2.1.4 Pajak Daerah**

### **2.1.4.1 Pengertian Pajak Daerah**

Menurut Siti Kurnia Rahayu (2013:46) menyatakan bahwa Pajak daerah adalah sebagai berikut: “Pajak daerah adalah pungutan wajib atas orang pribadi atau badan yang dilakukan oleh pemerintah daerah tanpa kontraprestasi secara langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah.” Sedangkan Damas Dwi (2017:18) mengatakan bahwa Pajak daerah yaitu pajak-pajak yang ditentukan pemungutannya dalam peraturan daerah, dan para pembayar pajak (wajib pajak) tidak menerima imbalan secara langsung dari pemerintah daerah. Dari pengertian diatas dapat peneliti simpulkan bahwa pajak daerah merupakan pembayaran yang dilakukan oleh pemerintah daerah dengan tanpa imbalan secara langsung yang digunakan sebagai keperluan daerah itu sendiri.

Pajak Daerah merupakan salah satu komponen Pendapatan Asli Daerah yang memiliki kontribusi besar, sebagaimana diatur dalam UU Nomor 33 Tahun 2004

tentang pajak daerah sebagai salah satu pendapatan daerah. Menurut UU RI No 28 Tahun 2009, salah satu yang termasuk dalam pajak daerah adalah Pajak Reklame.

#### **2.1.4.2 Ruang Lingkup Pajak Daerah**

Salah satu pos Penerimaan Asli Daerah (PAD) dalam APBD adalah pajak daerah. Pemungutan pajak daerah oleh pemerintah daerah provinsi maupun kabupaten/kota diatur oleh Undang-Undang No.34 tahun 2000. Ruang lingkup pajak daerah terbatas pada obyek yang belum dikenakan pajak pusat.

##### **A. Pajak Daerah tingkat I (Propinsi):**

- Pajak kendaraan bermotor dan kendaraan diatas air.
- Bea balik nama kendaraan bermotor dan kendaraan diatas air.
- Pajak bahan bakar kendaraan bermotor.
- Pajak pengambilan dan pemanfaatan air bawah tanah dan air permukaan.

##### **B. Pajak Daerah tingkat II:**

- Pajak hotel dan restoran.
- Pajak hiburan.
- Pajak reklame.
- Pajak penerangan jalan.
- Pajak parkir

#### **2.1.4.3 Dasar Hukum Pemungutan Pajak Daerah di DKI Jakarta**

1. Undang – Undang Nomor 29 Tahun 2007 tentang Pemerintah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Sebagai Ibu Kota NKRI
2. Undang–Undang No 28 Tahun2009 Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.

3. Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta Nomor 6 Tahun 2010 tentang Ketentuan Umum Pajak Daerah (Lembaran Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Tahun 2010 Nomor 6, Tambahan Lembaran Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 3);
4. Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame
5. Peraturan Daerah Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pajak Air Tanah
6. Peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 2010 Pajak Hiburan sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2015.
7. Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pajak Restoran.
8. Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2010 tentang Pajak Hotel.
9. Peraturan Daerah Nomor 16 Tahun 2010 tentang Pajak Parkir.
10. Peraturan Daerah Nomor 18 Tahun 2010 tentang Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan.
11. Peraturan Daerah Nomor 16 Tahun 2011 tentang Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan.

## **2.1.5 Pajak Reklame**

### **2.1.5.1 Pengertian Reklame**

Reklame adalah suatu media yang digunakan untuk bisa menyampaikan informasi secara singkat kepada khalayak ramai secara kontinyu, baik melalui media gambar, teks atau audio. Menurut Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2011, tentang Pajak Reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau menarik perhatian umum terhadap barang,

jasa, orang atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar dirasakan dan/atau dinikmati oleh umum.

Pengertian Reklame menurut beberapa Ahli

1. Pengertian Reklame menurut Barata adalah suatu aktivitas yang

bertujuan menyampaikan ide, informasi barang atau jasa agar menarik perhatian banyak orang terkait ide atau produk dan jasa yang sudah diinformasikan tersebut.

2. Pengertian Reklame menurut Durianto yaitu suatu upaya komunikasi

untuk membujuk khalayak banyak atau orang agar bisa membeli dan juga menggunakan produk atau barang yang dipromosikan.

Secara garis besar reklame dibedakan menjadi dua jenis yaitu Reklame Produk dan Reklame Non-Produk. Peraturan Gubernur DKI Jakarta sebagai acuan dalam mendefinisikan kedua istilah tersebut. Pertama, Reklame Produk adalah reklame yang berisi tentang suatu barang atau jasa dimana tujuan reklame tersebut semata-mata untuk keperluan promosi sesuai dengan Pergub DKI Jakarta Pasal 1 angka 11 Nomor 27 Tahun 2014. Kemudian berdasarkan Pergub Nomor 27 tahun 2014 Pasal 1 angka 10, menyatakan bahwa Reklame Non Produk adalah jenis reklame yang semata-mata memuat nama perusahaan/badan/nama profesi atau usaha, termasuk juga logo, simbol atau identitas badan/perusahaan dan usaha yang dapat diketahui oleh khalayak umum.

#### **2.1.5.2 Pengertian Pajak Reklame**

Menurut Peraturan Gubernur Pasal 1 angka 8 Pergub 27/2014, Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Menurut Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah, yang dimaksud pajak reklame adalah pajak atas penyelenggara reklame. Untuk meningkatkan akuntabilitas atas pungutan pajak daerah maka di dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, pada ketentuan Pajak Reklame telah diamanatkan agar sebagian hasil penerimaan pajak dialokasikan untuk pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan bagi daerah. Pemasukan dari pajak reklame didapat dari nilai sewa, lamanya pemasangan dan jenis reklame. Pajak reklame dipungut atas semua penyelenggaraan reklame yang bertujuan komersial. Subjek Pajak Reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menggunakan reklame.

### **2.1.5.3 Objek dan Bukan Objek Pajak Reklame**

#### **a. Objek Pajak Reklame**

Objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. Penyelenggaraan reklame yang ditetapkan menjadi Objek Pajak Reklame adalah sebagaimana tersebut di bawah ini:

1. Reklame papan/billboard adalah reklame yang terbuat dari papan kayu, calli brete, vinyl termasuk seng atau bahan lain yang sejenis dipasang atau digantungkan atau dipasang pada bangunan, halaman, di atas bangunan.
2. Reklame megatron videotron large electronic display (LED) adalah reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah terprogram dan difungsikan dengan tenaga listrik.

3. Reklame kain adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu.
4. Reklame melekat (stiker) adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta untuk ditempatkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm<sup>2</sup> (dua ratus centimeter persegi) per lembar.
5. Reklame selebaran adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar atau digantungkan pada suatu benda lain.
6. Reklame berjalan/kendaraan adalah reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan.
7. Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara.
8. Reklame suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata.
9. Reklame film/slide adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film, atau bahan-bahan yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksi dan atau dipancarkan pada layar atau benda lain di dalam ruangan.
10. Reklame peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan suara.
11. Reklame apung adalah adalah reklame yang terapung di air.

## **b. Bukan Objek Pajak Reklame**

Ada beberapa hal yang dikecualikan dan tidak termasuk ke dalam wajib pajak reklame, yaitu:

1. Reklame yang diselenggarakan melalui media cetak, media elektronik dan internet.
2. Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah.
3. Reklame untuk nama tempat ibadah serta panti asuhan.
4. Reklame untuk tanah yang terletak di tanah tersebut dengan ukuran tidak lebih dari 1 m<sup>2</sup>.
5. Reklame yang diselenggarakan oleh Perwakilan Luar Negeri
6. Merek produk atau label yang terdapat pada barang dagangan yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis di pasaran.

### **2.1.5.4 Wajib Pajak Reklame**

1. Wajib Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame.
2. Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh orang pribadi atau badan, Wajib Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut.
3. Dalam hal reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut menjadi Wajib Pajak Reklame.

### **2.1.5.5. Dasar Pengenaan Pajak Reklame**

Dasar Pengenaan Pajak Reklame adalah Nilai Sewa Reklame (NSR). Nilai sewa reklame adalah dasar pengenaan pajak yang digunakan sebagai salah satu faktor dalam perhitungan pajak terutang (Pasal 1 angka 27 Pergub 27/2014). Menurut Pasal 2 Pergub 27/2014 dasar pengenaan Pajak Reklame meliputi NSR, NSR tersebut diatur sebagai berikut:

1. Reklame yang diselenggarakan oleh pihak ketiga, NSR ditetapkan berdasarkan Nilai kontrak reklame.
2. Reklame yang diselenggarakan sendiri, NSR dihitung dengan memperhatikan jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame.
3. Dalam hal NSR sebagaimana dimaksud pada huruf a, tidak diketahui dan/atau dianggap tidak wajar, NSR ditetapkan dengan menggunakan faktor-faktor sebagaimana dimaksud pada huruf b.
4. Lokasi penempatan adalah lokasi peletakan reklame menurut kelas jalan yang dirinci sebagai berikut:
  1. Protokol A;
  2. Protokol B;
  3. Protokol C;
  4. Ekonomi Kelas I;
  5. Ekonomi Kelas II;
  6. Ekonomi Kelas III;
  7. Lingkungan.

Besaran Nilai kelas Jalan ditetapkan dalam tabel Hasil Perhitungan Nilai Sewa Reklame sebagai berikut:

1. Untuk jenis reklame Papan/ Billboard/ Videotron/LED dan sejenisnya
2. Untuk jenis reklame kain berupa Umbul-umbul, Spanduk dan sejenisnya,
3. Untuk jenis reklame lainnya.
4. Untuk penyelenggaraan reklame di dalam ruangan (indoor) dihitung dan ditetapkan sebesar 50% dari NSR.
5. Untuk penyelenggaraan reklame rokok dan minuman beralkohol dikenakan tambahan pajak sebesar 25% dari hasil perhitungan NSR.
6. Untuk setiap penambahan ketinggian sampai dengan 15 meter, dikenakan tambahan pajak sebesar 20% dari Hasil Perhitungan NSR.

#### **2.1.5.6 Tarif dan Besaran Pokok Pajak Reklame**

Tarif Pajak Reklame ditetapkan sebesar 25% (dua puluh lima persen)

1. Besaran Pokok Pajak Reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak yaitu 25% dengan dasar pengenaan pajak yaitu Nilai Sewa Reklame (NSR).
2. Hasil Perhitungan NSR sebagaimana dimaksud dalam dasar pengenaan pajak ditetapkan dengan Peraturan Gubernur. Papan reklame terbukti efektif untuk media promosi, tetapi untuk pengurusan pajak reklame tidaklah mudah. Karena setiap reklame akan berbeda pajaknya tergantung banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhinya.

#### **2.1.5.7 Masa pajak**

Masa pajak adalah jangka waktu yang lamanya sama dengan 1 (satu) bulan takwim. Saat Pajak terutang dalam masa pajak terjadi pada saat penyelenggaraan reklame atau diterbitkan Surat Ketetapan Pajak daerah (SKPD).

## **2.1.6 Kepatuhan Wajib Pajak**

### **2.1.6.1 Pengertian Kepatuhan Wajib Pajak**

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, kepatuhan berarti tunduk atau patuh pada ajaran atau aturan. Kepatuhan pajak adalah ketaatan, tunduk dan patuh serta melaksanakan ketentuan perpajakan (Akib, Sari & Asnia, 2017). Definisi Kepatuhan Wajib Pajak menurut Safri Nurmantu dalam Siti Kurnia Rahayu (2010:138) adalah “Kepatuhan Wajib Pajak dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana Wajib Pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya. Kepatuhan pajak adalah suatu sikap terhadap fungsi pajak, berupa konstelasi dari komponen kognitif, efektif dan konatif yang berinteraksi dalam memahami, merasakan dan berperilaku terhadap makna dan fungsi pajak (Yadnyana dan Sudiksa, 2011).

Menurut Peraturan Menteri Keuangan No. 192/PMK.03/2007 No 75/pmk/2012 Kategori wajib pajak yang patuh adalah sebagai berikut:

1. Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT)
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.

#### **2.1.6.2 Jenis – Jenis Kepatuhan**

Kepatuhan terdapat 2 macam yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan material (Safri Nurmantu, 2005).

##### **1. Kepatuhan Formal**

Kepatuhan formal adalah suatu keadaan dimana Wajib Pajak memenuhi kewajiban perpajakan secara formal sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang perpajakan. Misalnya ketentuan tentang penyampaian SPT Tahunan sebelum tanggal 31 Maret, maka dapat dikatakan Wajib Pajak tersebut telah memenuhi kepatuhan formal.

##### **2. Kepatuhan Material**

Kepatuhan material adalah suatu keadaan dimana Wajib Pajak secara substantif/hakekat memenuhi ketentuan material perpajakannya, yakni sesuai isi dan jiwa undang-undang perpajakan.

Faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak yaitu :

1. Faktor pendidikan wajib pajak yang meliputi besarnya pendidikan formal dan pengetahuan pajak.
2. Faktor penghasilan wajib pajak yang meliputi besarnya penghasilan bersih setiap bulan dari pekerjaan pokok dan penghasilan sampingan.

3. Faktor pelayanan aparatur pajak saat pelayanan menyampaikan informasi, pelayanan pembayaran maupun pelayanan keberatan dan penyaranan.
4. Faktor penegakan hukum pajak yang terdiri dari sanksi-sanksi, keadilan dalam penentuan jumlah pajak yang dipungut, pengawasan dan pemeriksaan.

Menurut Safri Nurmantu di dalam bukunya, banyak faktor seorang Wajib Pajak tidak patuh dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Faktor yang utama adalah bila seorang bekerja dan kemudian menghasilkan uang, maka secara naluriah uang itu pertama-tama ditujukannya untuk memenuhi kebutuhan sendiri dan keluarganya. Tapi pada saat yang bersamaan, jika telah memenuhi syarat-syarat tertentu timbul kewajiban untuk membayar pajak kepada negara. Disini timbul konflik, antara kepentingan diri sendiri atau kepentingan negara. Pada umumnya kepentingan sendiri selalu dimenangkan.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepatuhan wajib pajak adalah adalah wajib pajak yang memiliki sikap tunduk dan taat yang melakukan kewajiban dalam membayar pajak sesuai dengan ketentuan perpajakan. Kepatuhan pajak merupakan salah satu penunjang yang bisa mampu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.

### **2.1.6.3 Upaya untuk meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak**

Untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak perlu dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Meningkatkan penyuluhan dan informasi tentang perpajakan.
2. Menciptakan aparatur pemerintah yang bersih, jujur dan berwibawa.

Dalam uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak Reklame dapat tercermin dari sikap perilaku sebagai berikut :

### 1. Ketaatan

Sejauh mana wajib pajak menaati segala peraturan tentang Pajak Reklame, khususnya tentang pemungutan Pajak Reklame yaitu mengisi No SKPD dengan jelas dan benar dan tepat waktu. SKPD tersebut disampaikan dengan mendatangi Kantor UPPRD terdekat atau melakukan pendaftaran secara *online*.

### 2. Persepsi Pajak

Sejauh mana persepsi (penilaian) wajib pajak mengenai pajak, apakah memiliki persepsi positif yaitu wajib pajak dapat menilai pajak dapat memberikan manfaat bagi kehidupan masyarakat dan wajib pajak itu sendiri, atau persepsi negatif dimana wajib pajak menilai pajak tidak bermanfaat dan hanya membebani wajib pajak itu sendiri.

### 3. Ketepatan Waktu

Sejauh mana wajib pajak melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai dengan jangka waktu yang telah ditetapkan yaitu untuk batas paling lama masa pajak reklame adalah 3 bulan agar Wajib Pajak menghitung, menyetor dan melaporkan pajak yang terutang.

#### **2.1.7 Pengetahuan Perpajakan**

Pengetahuan adalah apa yang diketahui atau hasil pekerjaan tahu. Pekerjaan tahu adalah hasil daripada: kenal, sadar, insaf, mengerti dan pandai (Salam, 2008). Pada penelitian Istanto (2010:77) dikatakan apabila seseorang memiliki pengetahuan yang luas dan salah satunya adalah pengetahuan mengenai pentingnya pajak yang digunakan negara untuk

membayai rumah tangganya dan untuk keperluan public investment, maka dengan demikian semakin luas pengetahuan seseorang, maka semakin besar pula motivasi seseorang untuk membayar pajak.

Konsep Pengetahuan atau pemahaman pajak menurut Siti Kurnia Rahayu (2010:140) yaitu wajib pajak harus meliputi:

1. Pengetahuan mengenai Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
2. Pengetahuan mengenai Sistem Perpajakan di Indonesia.
3. Pengetahuan mengenai Fungsi Perpajakan.

Faktor yang mempengaruhi kepatuhan seseorang dalam membayar pajak yaitu:

#### 1. Faktor Pendidikan

Semakin tinggi pengetahuan dan pemahaman tentang peraturan perpajakan maka semakin tinggi pula kemauan wajib pajak dalam membayar pajak. Wajib pajak yang berpendidikan dan memperoleh pengetahuan pajak, akan lebih patuh dalam memenuhi kewajiban pajaknya dari pada yang kurang memperoleh informasi.

#### 2. Faktor Usia

Pada usia produktif seseorang memiliki pekerjaan dan memiliki penghasilan sendiri. Ini menjadikan faktor yang berpengaruh dalam pengetahuan perpajakan. Ia akan mengalokasikan dananya untuk membayar pajaknya sendiri.

#### 3. Faktor Lingkungan.

Seseorang yang berada di lingkungan yang memiliki tingkat pengetahuan pajak yang tinggi akan sangat berpengaruh terhadap kepatuhan membayar pajak. Seseorang

yang memiliki rekan dalam lingkungan kantor cenderung lebih patuh membayar pajak dikarenakan lingkungan sekitar yang taat pajak.

#### 4. Faktor Pekerjaan dan Pengalaman.

Seseorang yang memiliki pekerjaan dan pengalaman mengenai perpajakan yang mumpuni akan mempunyai pengetahuan tentang perpajakan baik soal tarif pajak yang akan mereka bayar maupun manfaat pajak yang akan berguna bagi kehidupan mereka.

### **2.1.8 Kesadaran Wajib Pajak**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kesadaran adalah merasa, tahu dan mengerti. Kesadaran untuk melaksanakan dan mematuhi ketentuan (hukum perpajakan) yang berlaku tentu menyangkut faktor-faktor apakah ketentuan tersebut telah diketahui, diakui dan ditaati. sanksi (Mutia, 2014). Semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak maka akan meningkat pula kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban membayar pajak. Kesadaran wajib pajak adalah suatu keadaan dimana wajib pajak mengerti atau mengetahui hak dan kewajiban perpajakannya.

Menurut Suryadi (2006:55) terdapat empat indikator penting dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak:

1. Menciptakan persepsi positif wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya.
2. Mempelajari karakteristik wajib pajak.
3. Meningkatkan pengetahuan perpajakan wajib pajak.
4. Penyuluhan perpajakan kepada wajib pajak.

Faktor – faktor rendahnya kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak yaitu :

1. Kurangnya Informasi

Wajib pajak tidak mengetahui informasi mengenai manfaat dari pembayaran pajak. Secara lengkap pajak banyak digunakan untuk pembangunan negara, beberapa hal yang menyebabkan rendahnya kesadaran membayar pajak adalah ketidaktahuan masyarakat bagaimana alur pendistribusian pajak, pemikiran masyarakat yang apatis dengan pemerintahan serta isu praktik penyalahgunaan dana oleh pemerintah.

2. Latar Belakang Individu

Latar belakang ekonomi wajib pajak menjadi faktor penyebab rendahnya kesadaran wajib pajak, seperti tidak punya uang, harus mementingkan kebutuhan pokok dan tidak ada imbalan langsung dari pemerintah setelah membayar pajak. Dapat disimpulkan bahwa kesadaran wajib pajak adalah perilaku sadar yang dimiliki tiap individu akan kewajibannya dalam membayar pajak. Kesadaran perpajakan menggambarkan sikap berwarga negara yang baik sebagai wajib pajak yang memiliki keinginan untuk memenuhi kewajiban pajaknya dan tidak berusaha untuk melanggar aturan perpajakan yang berlaku.

### **2.1.9 Sanksi Perpajakan**

Kata “sanksi” merupakan suatu kata yang dihindari oleh hampir semua orang, terutama sanksi perpajakan. Seringkali wajib pajak tidak mengetahui dengan benar terkait dengan pengenaan sanksi perpajakan sehingga banyak pengenaan sanksi perpajakan diakibatkan oleh keteledoran karena ketidak-tahuannya. Sanksi merupakan tindakan hukum yang dilakukan oleh pihak yang berwenang ketika terdapat pelanggaran terhadap sebuah

peraturan perundang-undangan. Berdasarkan prinsip keadilan, keterlambatan membayar pajak akan dikenakan sanksi administrasi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.

Menurut Mardiasmo (2016:62) sanksi perpajakan merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti, ditaati, dipatuhi atau bisa dengan kata lain sanksi perpajakan merupakan alat pencegah (preventif) agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan. Menurut Mardiasmo (2003:39) Ancaman terhadap pelanggaran suatu norma perpajakan ada yang diancam dengan sanksi administrasi saja, ada yang diancam sanksi pidana saja dan ada pula yang diancam dengan sanksi administrasi dan sanksi pidana. Sanksi diperlukan agar masyarakat menjadi lebih sadar dan lebih patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya dan memberikan efek jera bagi wajib pajak. Dengan kata lain ketegasan sanksi merupakan alat mencegah (preventif) agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan (Sapriadi, 2013).

Perbedaan sanksi administrasi dan sanksi pidana menurut undang-undang perpajakan adalah :

#### 1. Sanksi administrasi

Sanksi administrasi dikenakan terhadap wajib pajak yang tidak memenuhi ketentuan peraturan perpajakan atau melakukan pelanggaran terhadap aturan pajak yang berlaku. Sanksi administrasi berupa pembayaran kerugian kepada Negara. Dapat berupa bunga, denda atau kenaikan. Sanksi Administrasi terdiri dari:

- a) Sanksi Administrasi berupa denda administrasi.
- b) Sanksi Administrasi berupa bunga 2% perbulan.

c) Sanksi Administrasi berupa kenaikan 50% dan 100%.

## 2. Sanksi Pidana

Sanksi pidana menurut ketentuan dalam Undang-undang Perpajakan ada tiga macam sanksi yaitu berupa denda, kurungan dan penjara.

1. Denda pidana berbeda dengan sanksi berupa administrasi yang hanya diancam/dikenakan kepada wajib pajak yang melanggar ketentuan, sanksi berupa denda pidana selain dikenakan kepada wajib pajak ada juga yang diancamkan kepada pejabat atau kepada pihak ketiga yang melanggar norma. Denda pidana dikenakan kepada tindak pidana yang bersifat pelanggaran maupun bersifat kejahatan.
2. Pidana Kurungan hanya diancam kepada tindak pidana yang bersifat pelanggaran. Dapat ditunjukkan kepada wajib pajak, dan pihak ketiga. Karena pidana kurungan yang diancamkan kepada si pelanggar norma itu ketentuannya sama dengan yang diancamkan dengan denda pidana, maka masalahnya hanya ketentuan mengenai denda pidana sekian itu diganti dengan pidana kurungan selama-lamanya sekian.
3. Pidana Penjara adalah hukuman perampasan kemerdekaan yang diancamkan terhadap kejahatan.

Persepsi tentang sanksi perpajakan dinilai dari sisi wajib pajak dapat diukur dengan indikator sanksi perpajakan diberikan sebagai bentuk pendidikan kepada wajib pajak, pemberian sanksi pajak tidak pilih kasih artinya siapapun pelanggarnya akan terkena sanksi pajak, penerapan sanksi pajak telah sesuai dengan peraturan undang-undang yang berlaku. Dapat disimpulkan bahwa sanksi merupakan ganjaran bagi setiap wajib pajak yang

berusaha secara sadar ingin melanggar ketentuan hukum perpajakan dengan tidak membayar pajaknya atau berniat menggelapkan pajak.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**

**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil penelitian
1	Sri Anggun Tarias (2020)	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Badan Pengelola Pajak Daerah di Kabupaten Ogan Komering Ilir	Hasil uji bersama menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak negatif dan tidak signifikan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak reklame, sedangkan sanksi perpajakan positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak reklame di kabupaten ogan komering ilir.
2	Ni Putu Mirah Sri Devi Permatasari, Ni Ketut Lely Aryani M2 (2019)	Pengaruh Kesadaran, Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Perpajakan, Dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame	Rasio kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pengetahuan dan pemahaman tentang perpajakan sangat penting karena

			dapat membantu wajib pajak dalam mematuhi aturan perpajakan.
3	I G. A. M. Agung Mas Andriani Pratiwi dan Putu Ery 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.	Hasil pengujian data dan pembahasan pada penelitian ini adalah kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kondisi keuangan perusahaan, dan persepsi tentang sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan pada kepatuhan wajib pajak reklame di
4	Rr.Arifah Candrakusuma (2018)	Analisis Determinasi Pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Yang Terdaftar Di Badan Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah Kota Yogyakarta.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hasil variabel sanksi perpajakan (X4) berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame yang terdaftar di BPKAD Kota Yogyakarta.</li> <li>2. Pemahaman tentang sistem perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan antara pemahaman tentang sistem perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame.</li> </ol>

5	Novita Charolin Bay dan Selfesina Samadara (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Fiskus dan Pengenaan Sanksi Administrasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Kota Kupang (Studi Kasus pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Kupang)	<p>1. Kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame. Hal ini menunjukkan bahwa makin tinggi kualitas pelayanan fiskus, maka kepatuhan wajib pajak pun akan tinggi.</p> <p>2. Sanksi administrasi pajak tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame kota kupang. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan pengenaan sanksi administrasi pajak akan menurunkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame.</p>
---	---	--	---

Sumber: Data diolah penulis 2021

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Penerimaan pajak sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu Negara. Hal ini terbukti sebagian besar dana pembangunan yang berasal dari penerimaan pajak. Salah satu penerimaan pajak yang perlu diperhatikan adalah Pajak Reklame yang manfaatnya atau hasil penerimaan pajaknya sebagian besar masuk ke kas daerah yang bersangkutan, sehingga bisa langsung

digunakan oleh pemerintah daerah setempat, tanpa harus meminta dahulu pada pemerintah pusat.

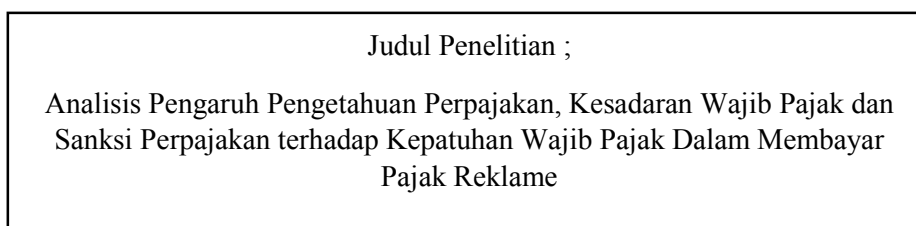
Pengetahuan perpajakan berarti suatu penguasaan ilmu yang dimiliki oleh seseorang mengenai perpajakan dan ilmu tersebut dapat diimplementasikan ke dalam kehidupan sehari-hari. Implementasi pengetahuan perpajakan kadang terkendala karena penguasaan yang kurang atau bahkan sama sekali tidak mengerti tentang perpajakan.

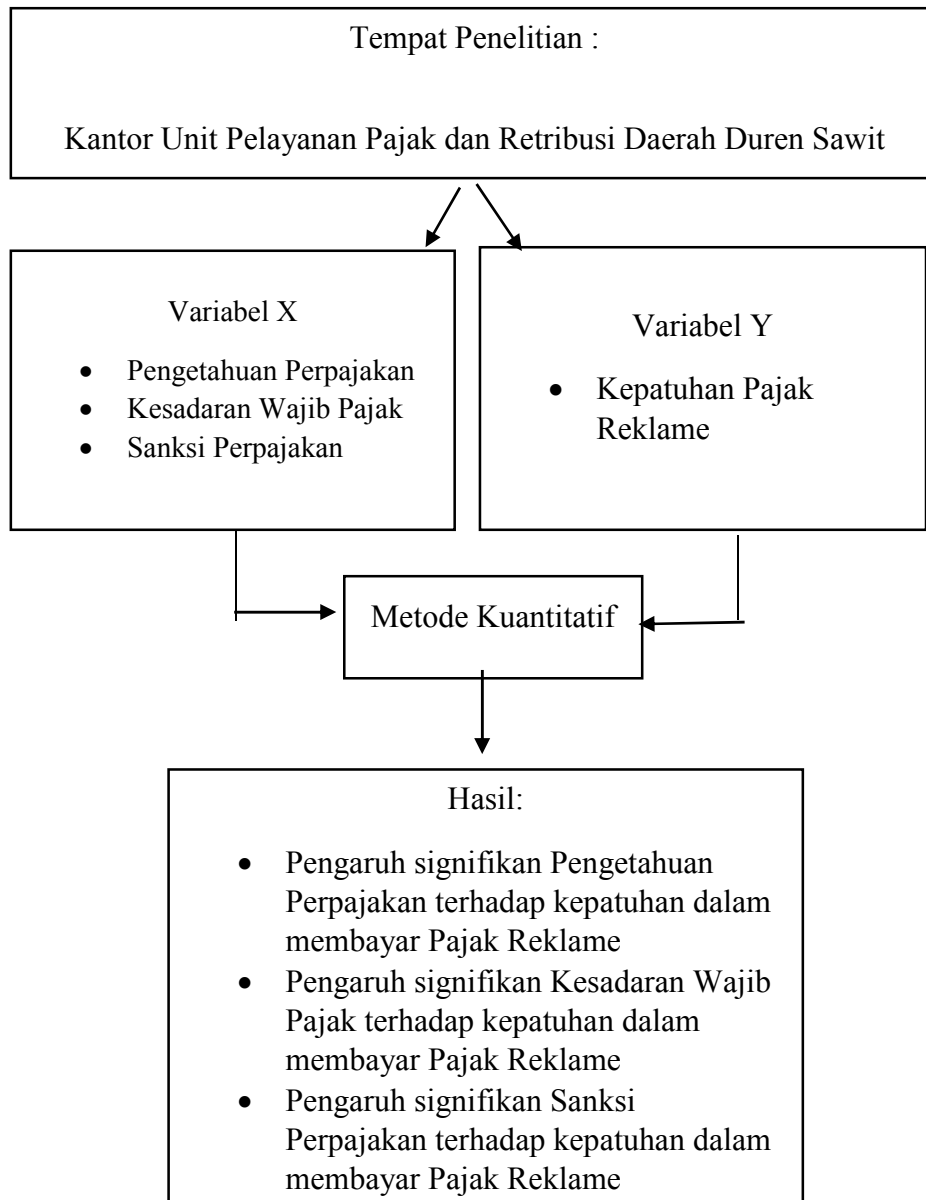
Faktor kesadaran wajib pajak menjadi tolak ukur bagi kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Tanpa adanya kesadaran tentang membayar pajak, wajib pajak akan sulit memahami arti penting pajak, tujuan pajak yang sebenarnya dan bagaimana dampak jika wajib pajak tidak membayar pajak.

Selain pengetahuan perpajakan dan kesadaran wajib pajak, sanksi perpajakan juga sangat penting karena dalam meningkatkan pajak pemberian sanksi juga merupakan suatu proses dimana para wajib pajak belajar untuk menerima konsekuensi apabila melanggar peraturan perpajakan yang berlaku.

Kerangka pemikiran digunakan untuk menggambarkan yang jelas dan sistematis serta menjadi pedoman bagi peneliti secara keseluruhan. Secara skematis dapat dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:

### **Kerangka Pemikiran**





Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yaitu Kantor Unit Pelayanan Pajak dan Retribusi daerah (UPPRD) Kecamatan Duren Sawit, Jalan Pahlawan Revolusi No 3. Pondok Bambu. Duren Sawit, Jakarta Timur. Lama waktu penelitian dari tanggal 7 April 2021 sampai dengan tanggal 31 Mei 2021.

#### 3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

##### 3.2.1 Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas/independen dan variabel terikat/dependent.

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*) adalah variabel yang mempengaruhi sebab terjadinya perubahan/timbulnya variabel dependen (terikat). Baik yang pengaruhnya positif namun yang pengaruhnya negatif. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Perpajakan.
2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel dampak atau akibat dari variabel bebas.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak.

##### 3.2.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis. Definisi operasional dari masing-masing variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut :

a. Pengetahuan Perpajakan

Pengetahuan pajak adalah informasi pajak yang dapat digunakan wajib pajak sebagai dasar untuk bertindak, mengambil keputusan dan untuk menempuh arah atau strategi tertentu sehubungan dengan pelaksanaan hak dan kewajibannya di bidang perpajakan (Carolina 2009, Khasanah 2014)

b. Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak akan perpajakan adalah dimana rasa yang timbul dari dalam diri wajib pajak atas kewajibannya membayar pajak dengan ikhlas tanpa adanya unsur paksaan (Mutia, 2014).

c. Sanksi Perpajakan

Sanksi Perpajakan adalah sanksi yang diberikan kepada wajib pajak yang tidak memenuhi ketentuan UU Perpajakan. Menurut (Mutia, 2014) Pelaksanaan sanksi perpajakan diterapkan sebagai akibat dari tidak terpenuhinya kewajiban perpajakan oleh wajib pajak sebagaimana yang telah diatur oleh undang-undang perpajakan. Pelaksanaan sanksi kepada wajib pajak dapat menyebabkan terpenuhinya kewajiban perpajakan oleh wajib pajak sehingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

d. Kepatuhan Pajak

Kepatuhan pajak (tax compliance) adalah tindakan prosedural dan administratif yang diperlukan untuk memenuhi kewajiban wajib pajak berdasarkan aturan pajak yang berlaku. Kepatuhan wajib pajak merupakan pemenuhan kewajiban perpajakan yang dilakukan oleh wajib pajak dalam rangka memberikan kontribusi bagi pembangunan dewasa ini yang diharapkan di dalam pemenuhannya diberikan secara sukarela (Dewi & Setiawan, 2016). Sistem perpajakan di Indonesia menganut sistem *self assessment* di mana dalam prosesnya secara mutlak memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk memperhitungkan, membayar dan melapor kewajibannya menjadikan kepatuhan wajib pajak menjadi aspek penting dalam pembayaran pajak.

**Tabel 3.1**

**Definisi Operasional Variabel Penelitian**

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1	Pengetahuan Perpajakan (X1)	Pengetahuan Pajak adalah informasi pajak yang dapat digunakan wajib pajak sebagai dasar untuk bertindak, mengambil keputusan dan untuk menempuh arah atau strategi tertentu sehubungan dengan pelaksanaan	1. Pengetahuan mengenai Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. 2. Pengetahuan mengenai Sistem	Skala Likert

		hak dan kewajibannya di bidang perpajakan.	<p>Perpajakan di Indonesia.</p> <p>3. Pengetahuan mengenai Fungsi Perpajakan.</p> <p>4. Memahami penyetoran, perhitungan dan pembayaran pajak.</p>	
2	Kesadaran Wajib Pajak (X2)	<p>Kesadaran wajib pajak adalah suatu keadaan dimana wajib pajak mengerti atau mengetahui hak dan kewajiban perpajakannya.</p> <p>(Nugroho, 2006).</p>	<p>1. Menciptakan persepsi positif wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya.</p> <p>2. Mempelajari karakteristik wajib pajak.</p> <p>3. Meningkatkan pengetahuan perpajakan wajib pajak.</p>	

			<p>4. Penyuluhan perpajakan kepada wajib pajak.</p> <p>Suryadi (2006:55)</p>	
3	Sanksi Perpajakan (X3)	<p>Alat pencegah (preventif) agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan.</p> <p>Mardiasmo (2016:62)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sanksi Administrasi</li> <li>2. Sanksi Pidana</li> </ol>	
4	Kepatuhan Membayar Pajak (Y)	<p>Kepatuhan pajak (tax compliance) adalah tindakan prosedural dan administratif yang diperlukan untuk memenuhi kewajiban wajib pajak berdasarkan aturan pajak yang berlaku.</p> <p>IBFD International Tax Glossary</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengisi SKPD dengan benar</li> <li>2. Melapor dan membayar pajak tepat waktu.</li> <li>3. Memahami dan mematuhi aturan pajak yang berlaku.</li> </ol>	

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya“ (Sugiyono, 2013 : 80). Populasi dalam penelitian ini adalah orang atau badan yang merupakan wajib pajak reklame yang terdaftar pada Bapenda Jakarta atau UPPRD Duren Sawit yang berjumlah 1668 wajib pajak.

**Tabel 3.2**  
**Populasi Penelitian**

NO	Nama	Kepemilikan
1	SHOP & DRIVE	Gabungan
2	KOPI JANJI JIWA	Gabungan
3	YOGYA MART	Gabungan
4	SEAFOOD99	Pribadi
5	HOLLAND BAKERY	Gabungan
6	APOTEK KIMIA FARMA	Gabungan
7	ASCO SPORT	Pribadi
8	POS INDONESIA	Gabungan
9	STREETBOBA	Gabungan
10	ANEMOS COFFEE	Pribadi
11	WALLPAPER	Pribadi
12	BURGER KING	Gabungan
13	CARWASHGUE	Pribadi
14	VAPORIZER	Pribadi
15	GEPREK BUARAN	Pribadi
16	BEBEK PONKEL	Pribadi
17	DEVI MODISTE	Pribadi
18	SORE COFFEE	Pribadi
19	TRILOGI RASA	Pribadi
20	SETJANGKIR KOPI	Pribadi
21	KOPIIRENG	Pribadi
22	PARADISE REFLEXIOLOGY	Pribadi
23	TOKO SEPEDAKU	Pribadi

24	O BONKSTEAK	Gabungan
25	HISANA CHICKEN	Gabungan
26	APARTEMENCASABLANCA	Gabungan
27	LE MINERALLE	Gabungan
28	E PRINT	Pribadi
29	AYAM GEPREK KLENGER	Pribadi
30	KLINIK PETSHOP	Gabungan
31	MARQIES	Pribadi
32	PT. PROBAN	Gabungan
33	SUZUKI SALES SPAREPART	Gabungan
34	BONJUR CAFÉ&RESTO	Pribadi
35	PT ADIKA EXPRESS	Gabungan
36	MASALALU CAFÉ	Pribadi
37	KEDAI MIMPI KITA	Pribadi
38	PABRIK SUSHI	Pribadi
39	AUS	Pribadi
40	VESPA PIAGIO	Gabungan
41	KOPIMADE	Pribadi
42	CIPLAZ	Gabungan
43	BAKOEL KITA	Pribadi
44	MEBEL KITA	Pribadi
45	MALL POKETS	Gabungan
46	RADEN KAFE	Pribadi
47	SEAFOOD TUMPAH	Pribadi
48	KONGDJIE COFFEE	Pribadi
49	YELLOW CHICKEN	Pribadi
50	BOBASHOP	Pribadi

Sumber: Data Primer Diolah 2021

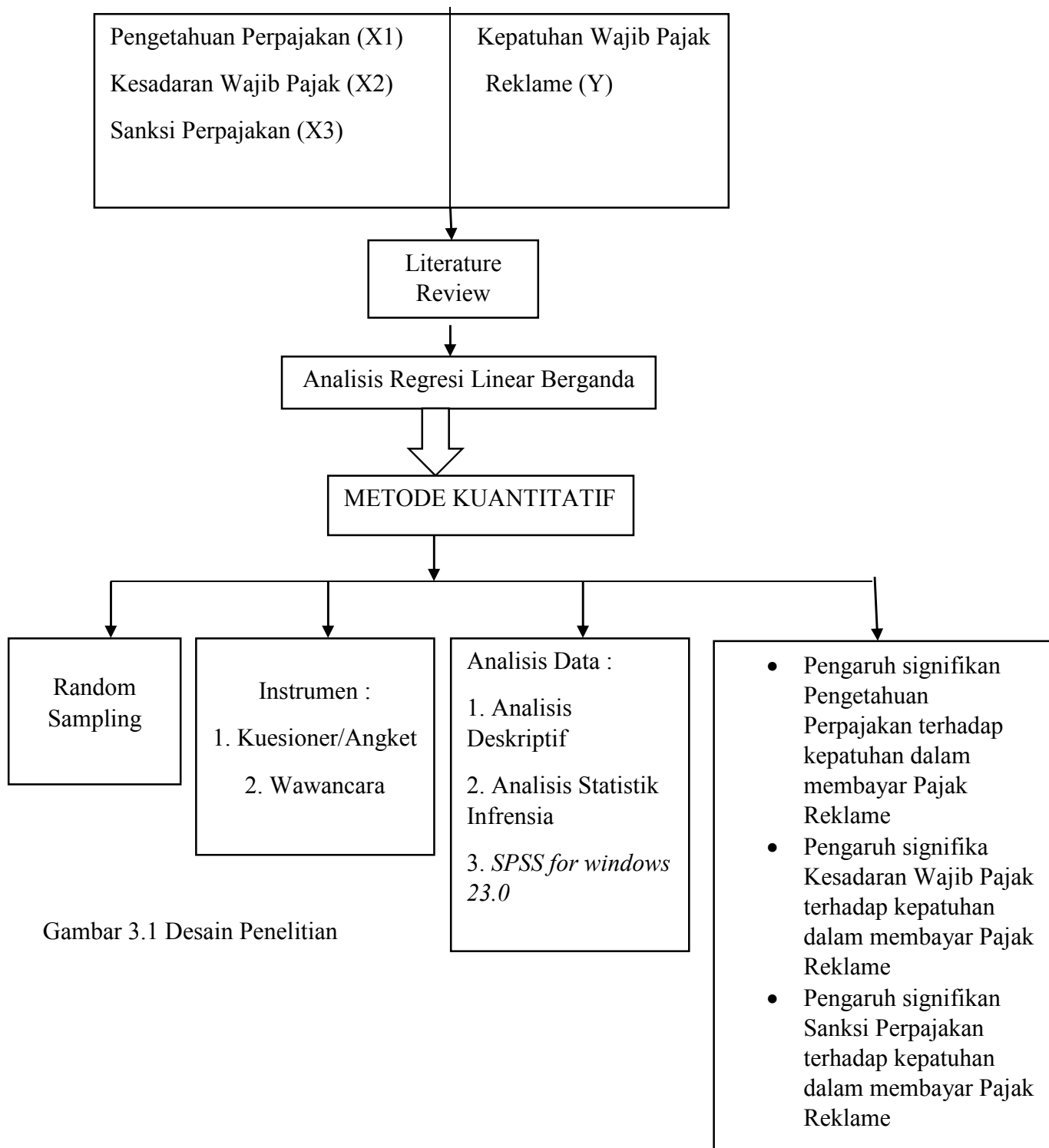
## 2.Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2013:81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling* dengan ukuran sampel berjumlah sebesar 50. Jumlah SKPD Reklame yang diterbitkan atas objek pajaknya per tahun 2020 sebanyak 1668 wajib pajak.

**Tabel 3.3**  
**Sampel Penelitian**

NO	Nama Usaha	Sampel Penerimaan	Sumber
1	Usaha Pribadi	Laporan Usaha Pribadi	UPPRD Duren Sawit
2	Usaha Gabungan	Laporan Usaha Gabungan	UPPRD Duren Sawit

### 3.4 Desain Penelitian



Gambar 3.1 Desain Penelitian

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Penelitian Kepustakaan (Library Research).

Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepustakaan) buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian terdahulu.

#### 2. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh para peneliti langsung dari subjek atau objek penelitian. (Rina Pratiwi,2019)

##### a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan melakukan tanya jawab kepada wajib pajak di Kecamatan Duren Sawit. Hal ini digunakan untuk memperoleh informasi yang tidak dapat dijelaskan melalui kuesioner.

##### b. Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan sebagai metode dalam pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan cara memberikan instrumen pertanyaan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Angket atau kuesioner lebih cocok digunakan pada jumlah responden yang cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Dengan angket atau kuesioner tersebut mempermudah para peneliti dalam proses pengumpulan data. (Rina Pratiwi,2019). Dalam penelitian ini skala pada angket yang digunakan adalah skala likert. Jawaban yang diberikan oleh responden dengan bentuk checklist Berikut tabel menunjukkan nilai untuk setiap pilihan jawaban.

**Tabel 3.4****Penilaian Kuesioner**

Jawaban	Nilai / Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Ragu (R)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

**3. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber data yang sudah ada. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari wajib pajak reklame di kecamatan Duren Sawit. Lokasi penelitian yaitu Kantor Unit Pelayanan Pajak dan Retribusi daerah (UPPRD) Duren Sawit, Jl Pahlawan Revolusi No 3. Pondok Bambu. Duren Sawit, Jakarta Timur.

**3.6 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data terdiri dari uji instrumen penelitian untuk mengetahui apakah instrumen dan data penelitian telah dijawab dengan benar atau tidak. Metode statistik yang digunakan untuk menguji adalah analisis regresi linear berganda yang sudah melakukan uji asumsi klasik sebelumnya. Data dalam penelitian ini dianalisis dan dihitung dengan

menggunakan alat uji statistik berupa software Statistical Package for Social Sciences (SPSS) versi 23.0

### 3.6.1 Analisis Data Kuantitatif

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dengan metode kuantitatif yang digunakan untuk melihat hubungan antara dua variabel atau lebih.

#### 3.6.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner.

Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel (Ghozali, 2011). Maka penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23.0 *for windows*.

Uji Validitas bisa dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$  dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Dalam pengambilan keputusan untuk menguji validitas indikatornya adalah :

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut

dinyatakan valid.

2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka indikator tersebut dinyatakan tidak

valid.

Uji validitas menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\frac{n \Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{[n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2][n \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2]}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi *product moment*

$n$  = jumlah subjek

$\Sigma x$  = jumlah skor item / nilai tiap item

$\Sigma y$  = jumlah skor item / nilai tiap item

$\Sigma xy$  = jumlah hasil antar skor tiap item dengan skor total

$\Sigma x^2$  = jumlah kuadrat skor item

$\Sigma y^2$  = jumlah kuadrat skor total

### 3.6.1.2 Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas Data merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Dalam penelitian, reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika  $\geq 0.70$ . Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach karena instrumen penelitian ini berbentuk kuesioner. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut :

$$r_i = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

Keterangan:

$r_i$  = Alfa Cronbach

$\sum si^2$  = mean kuadrat kesalahan

$st^2$  = varians total

$k$  = mean kuadrat antar subyek

### 3.6.2 Uji Asumsi Klasik

#### 3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-smirnov dengan taraf signifikansi sebesar 0,05. Analisis statistik dengan Kolmogorov Smirnov ( K – S ) bahwa data dikatakan berdistribusi normal jika menunjukkan tingkat signifikansi > 0.05.

#### 3.6.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan apakah di dalam model regresi berganda terdapat hubungan yang kuat antara dua variabel bebas atau lebih. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan gejala multikolinearitas atau tidak adanya hubungan kuat antara variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas pada suatu model dapat dilihat dari pedoman berikut :

1. Jika nilai tolerance  $> 0,10$ , maka model dikatakan bebas dari multikolinearitas.
2. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10$ , maka model dikatakan bebas dari multikolinearitas.

### 3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Terdapat beberapa cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas, yaitu:

- 1) Dengan melihat grafik plot / Scatter Plot apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas, sedangkan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Uji Glejser, dalam hal ini mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Heteroskedastisitas dapat diketahui apabila variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen. Jadi dapat dilihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 0,05 yang artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

### 3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas / bebas) dengan tujuan untuk mengestimasi dan / atau memprediksi rata rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Sehingga bentuk persamaan regresi atau model yang digunakan dalam analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Dimana :

$\alpha$  = intercep

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = koefisien regresi

$X_1, X_2, X_3$  = variabel bebas

$Y$  = Variabel tak bebas

### 3.6.4 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F digunakan untuk menguji koefisien regresi secara simultan, Adapun bentuk hipotesisnya adalah

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$$

$H_A$  : paling sedikit ada satu  $\beta_i$  yang tidak sama dengan nol

partial dengan menggunakan uji t

### 3.6.5 Uji Signifikansi Parameter Individual atau Parsial (Uji T)

Uji Parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) secara parsial atau sendiri terhadap variabel terikat (Y). Rumusan hipotesis untuk uji t adalah sebagai berikut :

nol, atau :  $H_0 : \beta_i = 0$

$H_a: \beta_i \neq 0$

Jika nilai sig > dari 0,05 terima  $H_0$  maka terima  $H_0$ , artinya koefisien regresi  $\beta_i = 0$  atau dapat juga dikatakan bahwa variabel bebas  $X_i$  tidak berpengaruh terhadap variabel tak bebas Y. Sebaliknya jika nilai sig < dari 0,05 maka tolak  $H_0$  atau terima  $H_A$  artinya koefisien  $\beta_i \neq 0$  atau dapat juga dikatakan bahwa variabel bebas  $X_i$  tidak berpengaruh terhadap variabel tak bebas Y

### 3.6.6 Koefisien determinasi ( R<sup>2</sup> )

Koefisien Determinasi (Adjusted R Square) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi terletak antara nol sampai dengan satu. Jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati nol maka semakin kecil pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat. Dan jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati satu maka semakin besar pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi juga digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh perubahan variabel terikat yang disebabkan