

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberadaan pajak sebagai salah satu sumber penerimaan memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah negara. Tidak dapat dipungkiri lebih dari 70% pemasukan kas negara berasal dari sektor pajak baik dari daerah maupun pusat. Hal tersebut sebagaimana tertuang dalam Anggaran Penerimaan dan Belanja Negara (APBN) dimana penerimaan pendapatan negara dari sektor pajak merupakan pendapatan yang paling besar dibandingkan dengan pendapatan lain seperti penerimaan dari sektor bukan pajak dan hibah.

Menurut pasal 1 angka 1 Undang – Undang No. 28 tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP) pajak adalah “Kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”. Pembayaran pajak sendiri merupakan perwujudan kewajiban dan peran serta wajib pajak untuk ikut secara langsung dan bersama-sama melaksanakan pembiayaan negara dan pembangunan nasional. Sesuai falsafah undang-undang perpajakan, membayar pajak bukan hanya merupakan kewajiban, tetapi merupakan hak dari setiap warga negara untuk ikut berpartisipasi dan berperan serta terhadap pembiayaan negara dan pembangunan nasional.

Tanpa pajak, sebagian besar kegiatan negara akan sulit untuk dilaksanakan. Semakin banyak pajak yang dipungut, maka semakin banyak fasilitas dan infrastruktur yang dibangun. Karena itu, pajak merupakan ujung tombak pembangunan sebuah negara, sehingga sudah sepantasnya sebagai warga negara yang baik untuk taat dan patuh membayar pajak. Penerimaan negara disektor perpajakan terdiri dari beberapa bentuk pajak seperti pajak penghasilan, pajak pertambahan nilai, pajak reklame dan lain-lain. Salah satu jenis pajak yang merupakan sumber pendapatan asli daerah yang menunjukkan posisi strategis dalam pembiayaan pembangunan daerah Kabupaten Rokan Hulu adalah melalui penerimaan pajak reklame. Pajak reklame adalah konsekuensi wajib pajak yang dikenakan kepada individu atau badan usaha atas penyelenggaraan reklame. Pajak reklame ini merupakan pajak kabupaten atau kota yang berfungsi sebagai sumber penerimaan asli daerah yang membiayai pemerintah dan pembangunan daerah.

Kewenangan pemerintah daerah baik kota maupun propinsi, untuk memungut biaya dari masyarakat diatur dalam UU No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (“UU 28/2009”). Kedudukan dari Undang-Undang ini adalah sebagai dasar dari kewenangan daerah sekaligus membatasi kewenangan daerah dalam memungut biaya dari masyarakat. Sedangkan, besaran biaya dan tata cara teknis pemungutan diatur lebih lanjut oleh Peraturan Daerah (“Perda) Perda Nomor 1 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah Kabupaten Rokan Hulu.

Menurut Peraturan Daerah Pemerintah Kabupaten Rokan Hulu No. 1 Tahun 2011 bahwa objek pajak reklame adalah semua penyelenggara reklame. Adapun objek pajak reklame yaitu: (1) reklame papan/billboard/megatron, (2) reklame kain, (3) reklame yang melekat, stiker, (4) reklame selebaran, (5) reklame berjalan, termasuk pada kendaraan (6) reklame udara, (7) reklame apung, (8) rekalem Suara, (9) reklame film/slide (10) reklame peragaan.

Menurut Mardiasmo (2010:2) bahwa agar pemungutan pajak dapat dilaksanakan dengan baik dalam artian tidak menimbulkan hambatan atau perlawanan, maka hendaknya pemungutan pajak harus memenuhi syarat sebagai berikut: (1) Pemungutan pajak harus adil (Syarat Keadilan), (2) Pemungutan pajak harus berdasarkan Undang-Undang (Syarat Yuridis), (3) Tidak mengganggu perekonomian (Syarat Ekonimis), (4) Pemungutan pajak harus efisien (Syarat Finansial), (5) Sistem Pemungutan pajak harus sederhana.

Pemungutan pajak sesungguhnya tidak terlepas dari kebijakan atau peraturan yang dibuat oleh pemerintah itu sendiri. Berdasarkan peraturan itu pulalah maka setiap daerah berhak mengelola pajak reklame masing-masing. Pendapatan yang didapat dari pajak reklame tersebut menjadi pendapatan daerah. Maka dari itu, setiap daerah berhak untuk meningkatkan dan mengoptimalkan pajak reklame dimasing-masing daerah. Dalam mendukung optimalisasi pajak reklame harus didukung oleh kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame dapat memberikan kemudahan pemeritah daerah untuk melaksanakan pembangunan di daerah.

Namun pada kenyataannya, rata-rata wajib pajak malas dan tidak terlalu memperhatikan untuk membayar pajak. Masyarakat seakan tidak percaya dengan lembaga pajak yang ada. Hal tersebut membuat pemerintah biasanya gagal dalam merealisasikan pajak yang ditargetkan.

Salah satu upaya pemerintah dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak adalah dengan melakukan sosialisasi pajak. Sosialisasi adalah suatu kegiatan atau upaya yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi tertentu yang memberitahukan suatu informasi untuk diketahui oleh umum atau kalangan tertentu. Sosialisasi Perpajakan merupakan usaha yang dilakukan oleh Dirjen Pajak untuk memberikan sebuah pengetahuan kepada masyarakat khususnya wajib pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan baik peraturan maupun tata cara perpajakan melalui metode-metode yang tepat. Kegiatan sosialisasi memiliki andil besar dalam meningkatkan pengetahuan tentang pajak yang nantinya dapat berdampak pada peningkatan kesadaran wajib pajak itu sendiri. Peran aktif pemerintah disini sangat dibutuhkan untuk menyadarkan masyarakat akan keberadaan pajak. Menurut bapak Yopi selaku petugas pengelola pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Rokan Hulu, menyadari bahwa sosialisasi pajak cukup penting perannya dalam mendongkrak realisasi pajak . Hal tersebut senada dengan apa yang disampaikan oleh Kepala Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Rokan Hulu (Tribun Pekanbaru.com) bahwa sosialisasi pajak cukup penting perannya dalam meningkatkan penerimaan pendapatan, karna hampir 90% pengusaha reklame

masih menunggak akan pajak papan reklamenya, sehingga Badan Pendapatan Daerah selaku instansi yang terkait perlu melakukan sosialisasi secara persuasif kepada pengusaha di beberapa kecamatan di wilayah Kabupaten Rokan Hulu guna mendongkrak realisasi pajak reklame agar bisa sesuai dengan potensi pajak yang dimiliki.

Adapun sosialisasi yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah saat ini adalah dengan cara sosialisasi langsung yaitu sosialisasi yang dilakukan dengan berinteraksi langsung dengan wajib pajak atau calon wajib pajak dengan mendatangi tiap kecamatan dan memberikan pengertian serta penjelasan kepada pengusaha untuk membayar pajak reklame sebagai kewajiban sesuai batas waktu yang ditentukan. Adapun bentuk sosialisasi langsung yang dilakukan tersebut adalah dengan melakukan seminar tentang pajak. Sosialisasi secara tidak langsung juga dilakukan yaitu kegiatan sosialisasi perpajakan kepada masyarakat dengan tidak atau sedikit melakukan interaksi dengan peserta atau wajib pajak. Bentuk sosialisasi tidak langsung dapat dibedakan berdasarkan medianya. Dengan media elektronik dapat berupa *talk show* televisi dan *talk show* radio. Sedangkan dengan media cetak berupa koran, brosur perpajakan dan lain-lain seperti dengan memasang spanduk ditempat-tempat strategis. Penyuluhan melalui berbagai media diharapkan dapat membawa pesan moral terhadap pentingnya pajak bagi negara dan dapat meningkatkan kepatuhan dari wajib pajak sehingga secara otomatis penerima pajak juga akan meningkat sesuai dengan target penerimaan yang ditetapkan.

Namun apapun upaya pemerintah dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak tetap tidak akan membuat wajib pajak patuh dalam membayar pajaknya kalau tidak diikuti dengan kesadaran wajib pajak itu sendiri dalam membayar pajaknya. Hal tersebut jelas karena kesadaran wajib pajak merupakan suatu kondisi dimana wajib pajak mengetahui dan mentaati ketentuan perpajakan yang berlaku serta memiliki kemauan untuk memenuhi kewajiban pajaknya. Meningkatnya kesadaran akan menumbuhkan motivasi wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Kesadaran perpajakan harus menjadi perhatian serius bagi pemerintah karna masih banyaknya wajib pajak yang masih merasa membayar pajak membebani mereka, sebagaimana data yang disebutkan oleh Hari Susanto (www.pajak.go.id), bahwa dari 238 juta jumlah penduduk indonesia, hanya terdapat 7 juta saja penduduk yang taat dalam membayar pajak.

Kesadaran membayar pajak tidak hanya memunculkan sifat patuh, taat dan disiplin semata tetapi diikuti sifat kritis dalam menyikapi masalah perpajakan, misalnya penetapan tarifnya, mekanisme pengenaan pajaknya, regulasinya, benturan praktek lapangan dengan perluasan subjek dan objeknya. Jotopurnomo dan Mangoting (2013) membuktikan kesadaran membayar pajak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Apabila kesadaran masyarakat atas perpajakan masih rendah maka akan menyebabkan banyaknya potensi pajak yang tidak dapat dimanfaatkan. Namun hasil temuan berbeda dikemukakan oleh Nurlis dan Kamil (2015) bahwa kesadaran wajib pajak tidak

berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak yang didukung oleh Nugroho dkk (2016) menyimpulkan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan beberapa pendapat ahli tersebut diatas maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai variabel kesadaran wajib pajak tersebut, apakah benar bahwa kesadaran wajib pajak merupakan hal yang sangat penting dan memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame.

Kabupaten Rokan Hulu mengalami pertumbuhan perekonomian yang secara langsung berdampak pada pertumbuhan di berbagai sektor, salah satunya adalah sektor usaha. Meningkatnya usaha-usaha di tengah masyarakat memaksa para pengusaha untuk menerapkan strategi pemasaran agar menarik perhatian konsumen. Cara yang ditempuh oleh pengusaha tersebut seringkali dengan memasang reklame sebagai media untuk memasarkan produknya agar masyarakat semakin mengenal produk yang ditawarkan. Pemasangan reklame di sejumlah ruas-ruas jalan akan semakin memudahkan masyarakat untuk dapat melihat dan menangkap pesan yang disampaikan dari isi reklame tersebut. Adanya pertumbuhan perekonomian dan sektor usaha membuat target pajak reklame terus meningkat. Tabel 1.1 menyajikan laporan target dan realisasi penerimaan pajak reklame.

Tabel 1.1
Laporan Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame
Tahun 2014 - 2018

Periode	Jumlah Wajib Pajak	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase (%)
2014	308	500.000.000	329.571.385	65.91
2015	292	675.000.000	672.620.859	99.65
2016	477	700.000.000	750.566.444	107.22
2017	150	750.000.000	358.187.805	47.76
2018	732	1.500.000.000	1.242.979.864	82.87

Sumber: Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Rokan Hulu, 2019

Berdasarkan data diatas, Kabupaten Rokan Hulu memiliki sumber penerimaan yang cukup besar dari sektor pajak reklame, akan tetapi belum dapat dimanfaatkan potensinya secara maksimal dikarenakan masih ada potensi pajak reklame yang belum terjangkau oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Rokan Hulu. Dapat dilihat dari tabel diatas, pada tahun 2014 , 2015, 2017 dan 2018 apa yang ditargetkan oleh Pemerintah belum terealisasi dengan baik, tetapi untuk tahun 2016 realisasi melebihi target.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “***Pengaruh Sosialisasi Pajak Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Reklame (Studi Kasus Badan pendapatan Daerah Kabupaten Rokan Hulu)***”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian di atas maka dapat ditetapkan rumusan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar reklame?
2. Bagaimanakah pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar reklame?
3. Bagaimanakah kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan penelitian di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Untuk mengetahui pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame .
2. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame .
3. Untuk mengetahui kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame .

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Kepala Daerah Kabupaten Rokan Hulu dan pimpinan Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kabupaten Rokan Hulu, sebagai gambaran dan masukan dalam pengambilan keputusan atau kebijakan yang terkait dengan pajak reklame.
2. Peneliti, sebagai bahan referensi untuk penelitian dibidang yang sama di masa akan datang.

1.5. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan latar belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Dalam bab ini akan diuraikan landasan teori yang mendasari dalam penelitian ini, Kerangka pemikiran dalam penelitian ini, dan Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas tentang lokasi penelitian, Jenis dan sumber data, Populasi dan sampel, Teknik dalam pengumpulan data, Definisi operasional, Instrument penelitian, dan Analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian, karakteristik umum responden, analisis data penelitian dan pembahasan penelitian. Pembahasan ini bertujuan untuk mencari makna yang lebih mendalam dan penerapan dari hasil analisis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan sajian singkat dari hasil analisis yang dilakukan. Saran berupa anjuran kepada pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Pajak

1. Pengertian Pajak

Dalam ilmu perpajakan yang mendasari adalah peraturan yang tercantum dalam undang-undang yang dikeluarkan Direktorat Jenderal Pajak. Terdapat beberapa pendapat mengenai definisi pajak, diantaranya:

Menurut UU KUP No.28 tahun 2007 pasal 1 angka 1 bahwa secara garis besar, pajak dapat didefinisikan sebagai pungutan yang dipaksakan oleh pemerintah kepada masyarakat untuk mewujudkan cita-cita bersama yaitu kemakmuran masyarakatnya.

Definisi pajak menurut Usman dan Subroto : Pajak diartikan sebagai pungutan yang dilakukan oleh pemerintah berdasarkan peraturan perundang – undangan yang hasilnya digunakan untuk pembiayaan pengeluaran umum pemerintah yang balas jasanya tidak secara langsung diberikan pada pembayaran sedangkan pelaksanaannya dimana perlu dipaksakan.

Definisi menurut Rahmad Soemitro : Pajak adalah iuran kepada kas negara berdasarkan undang – undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal (kontra prestasi), yang secara langsung dapat ditunjukan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Definisi pajak menurut Dr. Soeparman Soemahamidjaja : Pajak adalah iuran wajib, berupa uang dan barang, yang dipungut oleh penguasa berdasarkan norma – norma hukum guna menutup biaya produksi barang – barang dan jasa kolektif dalam mencapai kesejahteraan umum.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan pengertian pajak adalah iuran atau kontribusi wajib kepada kas negara yang berdasarkan undang-undang dapat dipaksakan, tidak mendapatkan imbalan langsung dan dapat digunakan untuk mendanai keperluan negara secara umum.

2. Fungsi Pajak

Menurut Resmi (2011:3) pajak memiliki 2 fungsi yaitu: Fungsi *budgetair* (sumber keuangan negara) dan fungsi *regularend* (pengatur).

1. Fungsi *Budgetair* (Sumber Keuangan Negara)

Pajak mempunyai fungsi *budgetair*, artinya pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran baik rutin maupun pembangunan. Sebagai sumber keuangan negara, pemerintah berupaya memasukkan uang sebanyak – banyaknya untuk kas negara. Upaya tersebut ditempuh dengan cara ekstensifikasi maupun intensifikasi pemungutan pajak melalui penyempurnaan peraturan berbagai jenis pajak seperti pajak penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan lain – lain.

2. Fungsi *Regularend* (Pengatur)

Pajak mempunyai fungsi pengatur, artinya pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi, serta mencapai tujuan – tujuan tertentu diluar bidang keuangan.

Menurut Mardiasmo (2011) bahwa ada empat fungsi pajak yaitu:

1. Fungsi Anggaran (*budgetair*)

adalah fungsi yang letaknya di sektor publik yaitu fungsi untuk mengumpulkan uang pajak sebanyak-banyaknya sesuai dengan undang-undang yang berlaku yang pada waktunya akan digunakan untuk membiayai pengeluaran negara.

2. Fungsi Mengatur (*regulated*)

adalah fungsi bahwa pajak-pajak tersebut akan digunakan sebagai suatu alat untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang letaknya diluar bidang keuangan.

3. Fungsi Demokrasi

yaitu fungsi yang merupakan salah satu penjelmaan atau wujud sistem gotong-royong, termasuk kegiatan pemerintahan dan penggunaan demi kesejahteraan masyarakat.

4. Fungsi Redistribusi

yaitu fungsi yang lebih menekankan pada unsur pemerataan dan keadilan dalam masyarakat.

3. Sistem Pemungutan Pajak

Menurut Resmi (2011:11) mengemukakan dalam pemungutan pajak dikenal beberapa sistem pemungutan, antara lain:

1. Official Assesment System

Sistem pemungutan pajak yang memberi kewenangan aparatur perpajakan untuk menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Dalam sistem ini, inisiatif serta kegiatan menghitung dan memungut pajak sepenuhnya berada di tangan para aparatur perpajakan. Dengan demikian, berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak tergantung pada aparatur perpajakan (peranan dominan ada pada aparatur).

2. Self Assesment System

Sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang wajib pajak dalam menentukan sendiri jumlah pajak terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Dalam sistem ini, inisiatif serta kegiatan menghitung dan memungut pajak sepenuhnya berada di tangan wajib pajak. Wajib pajak dianggap mampu menghitung pajak, mampu memahami undang-undang yang sedang berlaku dan mempunyai kejujuran yang tinggi, serta menyadari akan arti pentingnya membayar pajak. Oleh karena itu, wajib pajak diberi kepercayaan untuk:

- 1) Menghitung sendiri pajak terutang;
- 2) Memperhitungkan sendiri pajak yang terutang;
- 3) Membayar sendiri jumlah pajak terutang;
- 4) Melaporkan sendiri jumlah pajak yang terutang; dan
- 5) Mempertanggungjawabkan pajak yang terutang. Dengan demikian, berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak bergantung pada wajib pajak sendiri (peranan dominan ada pada wajib pajak).

3. *With Holding System*

Sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga yang ditunjuk untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Penunjukkan pihak ketiga ini dilakukan sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan, keputusan presiden dan peraturan lainnya untuk memotong dan memungut pajak, menyetor dan mempertanggungjawabkan melalui sarana perpajakan yang tersedia. Berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak tergantung pada pihak ketiga yang ditunjuk.

4. **Jenis-jenis Pajak**

Menurut Resmi (2011:7) jenis pajak dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

1. Menurut Golongan
 - a. Pajak langsung

Pajak langsung adalah pajak yang harus ditanggung oleh wajib pajak dan tidak dapat dibebankan kepada orang lain atau pihak lain. Pajak harus menjadi beban wajib pajak bersangkutan.

b. Pajak Tidak Langsung

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 atau perbuatan yang menyebabkan terutangnya pajak.

2. Menurut Sifatnya

Menurut sifatnya pajak dapat digolongkan menjadi dua, yaitu:

a. Pajak Subjektif

Pajak subjektif adalah pajak yang pengenaannya memerhatikan keadaan pribadi wajib pajak atau memerhatikan keadaan subjeknya.

b. Pajak Objektif

Pajak objektif adalah pajak yang pengenaannya memerhatikan objeknya baik berupa benda, keadaan, perbuatan, atau peristiwa yang mengakibatkan timbulnya kewajiban membayar pajak, tanpa memerhatikan keadaan pribadi subjek pajak (Wajib Pajak) maupun tempat tinggal.

3. Menurut Lembaga Pemungut

Menurut lembaga pemungut pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

a. Pajak Negara (Pajak Pusat)

Pajak negara (pusat) adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara pada umumnya.

b. Pajak Daerah

Pajak daerah adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah baik daerah tingkat I (pajak propinsi) maupun daerah tingkat II (pajak kabupaten/kota) dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah masing – masing.

Berkaitan dengan kewenangan yang diberikan kepada pemerintah daerah untuk mengenakan suatu jenis pajak maka pemerintah daerah harus terlebih dahulu menerbitkan peraturan tentang pajak daerah. Peraturan itu akan menjadi landasan hukum operasional dalam teknis pelaksanaan pengenaan dan pemungutan pajak daerah yang bersangkutan. Pemungutan pajak daerah di Indonesia saat ini didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak terkait.

2.1.2. Pajak Reklame

1. Pengertian Pajak Reklame

Dalam Peraturan Daerah (PERDA) Kabupaten Rokan Hulu No 1 Tahun 2011 Pasal 1 tentang reklame dijelaskan bahwa :

Pajak reklame adalah “benda, alat, perbuatan, 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 UU Nomor 28 tahun 2009.

Wajib pajak reklame meliputi orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Subyek pajak hiburan meliputi orang pribadi atau badan yang menikmati reklame.

2. Objek Pajak Reklame

Menurut Peraturan Daerah (PERDA) Kabupaten Rokan Hulu No 1 Tahun 2011 Pasal 22 ayat (1) objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame meliputi:

- a. Reklame papan/billboard/videotron/megatron.
- b. Reklame kain.
- c. Reklame melekat, stiker.
- d. Reklame selebaran.
- e. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan;
- f. Reklame udara.
- g. Reklame apung.
- h. Reklame suara.
- i. Reklame film/slide.
- j. Reklame peragaan.

Dijelaskan dalam pasal 22 ayat (3) Peraturan Daerah (PERDA) Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2011 yang tidak termasuk sebagai objek pajak reklame adalah:

- a. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya.
- b. Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya.
- c. Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut.
- d. Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah.
- e. Penyelenggaraan reklame dalam rangka Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden, Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dan Pemilihan Umum Legislatif.

3. Subjek dan Wajib Pajak Reklame

Menurut Peraturan Daerah (PERDA) Kabupaten Rokan Hulu No 1 Tahun 2011 Pasal 23 Subjek dan Wajib Pajak reklame adalah:

- a. Subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan reklame;

- b. Wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menyelenggarakan Reklame;
- c. Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh orang pribadi atau badan, wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut;
- d. Dalam hal reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut menjadi wajib pajak reklame;

4. Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Menurut Peraturan Daerah (PERDA) Kabupaten Rokan Hulu No 1 Tahun 2011 Pasal 24 menjelaskan:

- a. Dasar pengenaan pajak adalah Nilai Sewa Reklame;
- b. Dalam hal reklame yang diselenggarakan oleh pihak ketiga, nilai sewa reklame ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame;
- c. Dalam hal reklame yang diselenggarakan sendiri, nilai sewa reklame dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran media reklame;
- d. Dalam hal reklame yang diselenggarakan oleh pihak ketiga yang tidak diketahui dan/atau dianggap tidak wajar, nilai sewa reklame dihitung dengan memperhatikan faktor-faktor jenis, lokasi, lama pemasangan, nilai satuan strategis, ketinggian, sudut pandang, dan ukuran media reklame;

- e. Cara perhitungan Nilai Sewa Reklame (SR) adalah dengan menjumlah Harga Dasar Pemasangan dan Pemeliharaan (HDPP) dan Nilai Strategis (NS)
- f. Hasil perhitungan Nilai Sewa Reklame ditetapkan dengan Peraturan Bupati

5. Tarif Pajak Reklame

Menurut Peraturan Daerah (PERDA) Kabupaten Rokan Hulu No 1 Tahun 2011 Pasal 25 ayat (1) menjelaskan besarnya pajak reklame ditetapkan sebesar 25 % (dua puluh lima persen). Tarif ini merupakan tarif tertinggi yang diberlakukan, hal ini dimaksudkan agar Pemerintah Daerah dapat dengan leluasa mengatur sendiri tarif yang akan diberlakukan disesuaikan dengan kondisi daerah masing-masing.

6. Cara Perhitungan Pajak Reklame

Besarnya pajak terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak dengan dasar pengenaan pajak

Pajak Terutang = Tarif Pajak x Dasar Pengenaan Pajak.

2.1.3. Sosialisasi Pajak

1. Pengertian Sosialisasi Pajak

Menurut Saragih (2013), sosialisasi perpajakan adalah suatu upaya dari Dirjen Pajak untuk memberikan pengertian, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak pada khususnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan dan perundang-undangan perpajakan. Sosialisasi tidak hanya dapat meningkatkan pengetahuan tentang

pajak yang nantinya dapat berdampak pada peningkatan kesadaran wajib pajak itu sendiri. Namun, sosialisasi perpajakan diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak sehingga jumlah penerimaan pajak dapat bertambah sesuai target.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa, sosialisasi perpajakan adalah merupakan pemberian wawasan, pengertian, informasi dan pembinaan kepada masyarakat atau wajib pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan dan undang-undang perpajakan yang dilakukan oleh Dirjen Pajak maupun Instansi lain yang berwenang. Sosialisasi tidak hanya dapat meningkatkan pengetahuan tentang pajak yang nantinya dapat berdampak pada peningkatan kesadaran wajib pajak itu sendiri.

2. Indikator Sosialisasi Pajak

Setelah mengetahui makna sosialisasi pajak, kita dapat mengukur sosialisasi perpajakan. Menurut Arya Yogatama (2014) indikator sosialisasi pajak adalah:

1) Tatacara Sosialisasi

Sosialisasi perpajakan yang diadakan harus sesuai dengan peraturan pajak yang berlaku. Sosialisasi perpajakan dilakukan oleh pihak Direktorat Jenderal Pajak yang ditujukan kepada wajib pajak agar mendapatkan pengetahuan dan pemahaman pajak yang memadai.

2) Frekuensi Sosialisasi

Sosialisasi pajak harus dilakukan secara teratur karena peraturan dan tatacara pembayaran pajak biasanya mengalami perubahan. Sosialisasi pajak yang dilakukan secara teratur juga akan terus memberikan informasi yang terbaru sehingga wajib pajak dapat meminimalisir kesalahan saat menjalankan kewajiban pajaknya jika terjadi perubahan peraturan atau tatacara perpajakan.

3) Kejelasan Sosialisasi Pajak

Sosialisasi perpajakan yang diadakan harus dapat menyampaikan semua informasi kedalam wajib pajak. Sosialisasi pajak harus disampaikan dengan jelas agar wajib pajak dapat memahami informasi yang diberikan.

4) Pengetahuan Perpajakan

Sosialisasi perpajakan yang diadakan bertujuan memberikan informasi pada wajib pajak. Sosialisasi pajak akan sukses jika informasi yang diberikan dapat diterima oleh wajib pajak sehingga wajib pajak memiliki pengetahuan pajak yang memadai agar memudahkan wajib pajak dalam menjalankan kewajiban pajaknya.

Menurut Widi Widodo, dkk (2010:168) indikator sosialisasi pajak adalah:

1) Penyuluhan

- Metode yang digunakan
- Tempat, fasilitas dan media yang digunakan
- Materi yang disampaikan

2) Cara sosialisasi

- Seminar (sosialisasi langsung)
- Iklan (sosialisasi tidak langsung)

3) Media informasi yang digunakan

Sumber informasi mengenai pajak banyak bersumber dari media masa namun media luar ruang juga menjadi sumber yang diperhatikan oleh masyarakat meliputi :

- media cetak
- media elektronik

2.1.4. Kesadaran Wajib Pajak

1. Pengertian Kesadaran Wajib Pajak

Menurut Nugroho (2006) kesadaran wajib pajak adalah “suatu keadaan dimana wajib pajak mengerti atau mengetahui hak dan kewajiban perpajakannya”.

Menurut Jatmiko (2006;22) kesadaran adalah keadaan mengetahui atau mengerti sedangkan perpajakan adalah perihal pajak, sehingga kesadaran perpajakan adalah keadaan mengetahui atau mengerti perihal pajak.

Menurut Muliari dan Setiawan (2009) dalam Santi (2012;20) kesadaran perpajakan adalah suatu kondisi di mana wajib pajak mengetahui, memahami, dan melaksanakan ketentuan perpajakan dengan benar dan sukarela.

Kesadaran perpajakan seringkali menjadi kendala dalam masalah pengumpulan pajak dari masyarakat. Secara empiris juga telah dibuktikan bahwa makin tinggi kesadaran perpajakan wajib pajak maka akan makin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak Suyatmin (2004) dalam Jatmiko (2006).

2. Indikator Kesadaran Wajib Pajak

Indikator variabel kesadaran wajib pajak menurut Widiyati dan Nurlis (2010) meliputi:

1) Pajak merupakan sumber penerimaan negara.

Wajib pajak mengetahui dan menyadari bahwa pajak merupakan salah satu pemasukan negara yang selama ini sangat berjasa mendanai Anggaran Penerimaan Belanja Negara.

2) Pajak yang dibayar dapat digunakan untuk menunjang pembangunan negara.

Wajib pajak mengetahui dan menyadari bahwa pajak menjadi salah satu sumber pendapatan negara yang dibayar oleh masyarakat untuk kepentingan umum dan pembangunan infrastruktur serta sarana prasarana negara.

3) Penundaan membayar pajak dapat merugikan Negara.

4) Wajib pajak mengetahui dan menyadari bahwa penundaan pembayaran pajak berdampak pada kurangnya sumber daya finansial yang dapat mengakibatkan terhambatnya pembangunan negara.

5) Membayar pajak tidak sesuai dengan jumlah yang seharusnya dibayar sangat merugikan negara.

Wajib pajak mengetahui dan menyadari bahwa membayar pajak tidak sesuai dengan jumlah yang seharusnya maka akan dapat merugikan negara karena pembayaran pajak digunakan untuk pembangunan fasilitas bagi masyarakat umum.

Lebih lanjut Muliari dan Setiawan (2009) dalam Santi (2012;21) menjelaskan bahwa indikator dari kesadaran perpajakan sebagai berikut:

1. Mengetahui adanya undang-undang dan ketentuan perpajakan.

Wajib pajak mengetahui dan menyadari bahwa dalam pajak telah diatur oleh undang-undang dan ketentuan yang berlaku.

2. Mengetahui fungsi pajak untuk pembiayaan negara.

Wajib pajak mengetahui dan menyadari bahwa pajak mempunyai peran dan fungsi yang sangat penting dalam pembiayaan negara.

3. Memahami bahwa kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

4. Menghitung, membayar, melaporkan pajak dengan suka rela.

Wajib pajak mempunyai kesadaran sendiri dan dengan suka rela dalam menghitung dan melaporkan pajaknya.

5. Menghitung, membayar, melaporkan pajak dengan benar.

Wajib pajak mempunyai kesadaran sendiri dalam menghitung dan melaporkan pajaknya dengan benar dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

2.1.5. Kepatuhan Wajib Pajak

1. Pengertian Kepatuhan Wajib Pajak

Kondisi perpajakan yang menuntut keikutsertaan aktif wajib pajak dalam menyelenggarakan perpajakannya membutuhkan kepatuhan wajib pajak yang tinggi, yaitu kepatuhan dalam pemenuhan kewajiban perpajakan yang sesuai dengan kebenarannya.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, kepatuhan berarti sifat patuh atau taat. Definisi kepatuhan wajib pajak menurut Rohmaati dan Rasmini (2012) adalah kepatuhan dalam mendaftarkan diri, menyetor kembali surat pemberitahuan (SPT), menghitung dan membayar pajak terutang serta membayar tunggakan pajak.

Muliardi dan Setiawan (2011) mendefinisikan kepatuhan pajak sebagai suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya, maka konteks kepatuhan dalam penelitian ini mengandung arti bahwa wajib pajak berusaha untuk memenuhi peraturan hukum perpajakan yang berlaku, baik memenuhi kewajiban ataupun melaksanakan hak perpajakannya.

Menurut Rahayu (2013) mengungkapkan bahwa kepatuhan perpajakan adalah tindakan wajib pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku dalam suatu negara.

Sedangkan menurut Widodo (2010) bahwa kepatuhan pajak dipelajari dengan melihat bagaimana seorang individu membuat keputusan antara pilihan melakukan kewajibannya dalam melaksanakan pajak atau justru melakukan penghindaran pajak.

2. Indikator Kepatuhan Wajib Pajak

Indikator variabel kepatuhan wajib pajak menurut Sony Devano dan Siti Kurniayu, (2016:111) meliputi:

1. Kepatuhan wajib pajak dalam mendaftarkan diri

Wajib pajak mempunyai kewajiban untuk mendaftarkan diri ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP) atau Kantor Pelayanan Penyuluhan dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) yang wilayahnya meliputi tempat tinggal atau kedudukan wajib pajak.

2. Kepatuhan untuk melaporkan kembali surat pemberitahuan (SPT)

Wajib pajak mempunyai kewajiban untuk melaporkan kembali surat pemberitahuan (SPT) pajaknya.

3. Kepatuhan dalam perhitungan dan membayar pajak terutang

Wajib pajak dapat menghitung besarnya pajak terutang yang dilakukan pada setiap akhir tahun pajak.

Menurut Nashuca dalam Siti Resmi (2013:139), menyatakan bahwa indikator kepatuhan Wajib Pajak antara lain:

1. Kepatuhan wajib pajak dalam mendaftarkan diri.

Wajib pajak mempunyai kewajiban untuk mendaftarkan diri ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP) atau Kantor Pelayanan Penyuluhan dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) yang wilayahnya meliputi tempat tinggal atau kedudukan wajib pajak.

2. Kepatuhan untuk menyetorkan kembali SPT.

Wajib pajak mempunyai kewajiban untuk melaporkan kembali surat pemberitahuan (SPT) pajaknya.

3. Kepatuhan dalam penghitungan dan pembayaran pajak terutang.

Wajib pajak dapat menghitung besarnya pajak terutang yang dilakukan pada setiap akhir tahun pajak.

4. Kepatuhan dalam membayar tunggakan.

Wajib pajak mempunyai kewajiban untuk melunasi seluruh jumlah pokok pajak yang belum dibayar.

2.1.6. Penelitian Terdahulu

Beberapa Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sebagai bahan referensi dan perbandingan pada table berikut :

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

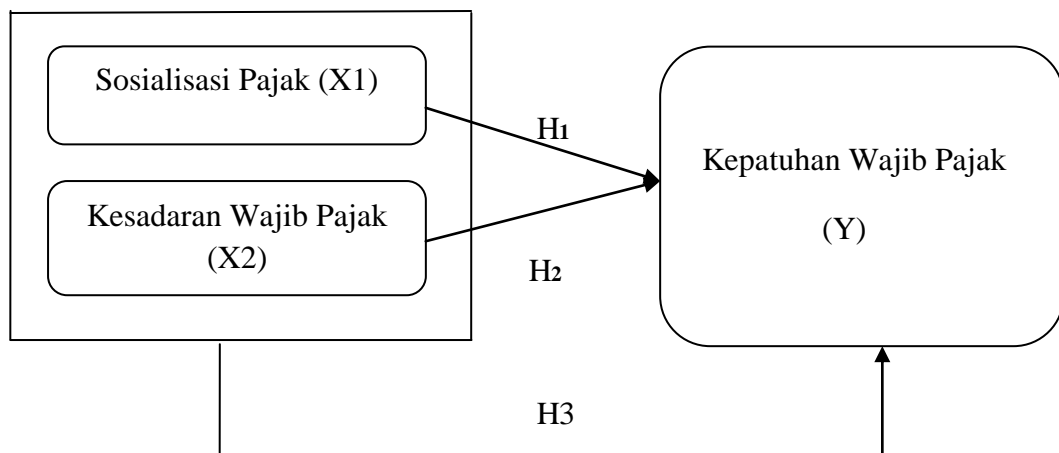
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	I G. A. M. Agung Mas Andriani Pratiwi ¹ Putu Ery Setiawan ²	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak ,Kualitas Pelayanan, Kondisi Keuangan, Dan Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Di Dinas Pendapatan Kota Denpasar.	Kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kondisi keuangan perusahaan, dan persepsi tentang sanksi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame. Variabel bebas terhadap kepatuhan wajib pajak reklame mempunyai kontribusi sebesar 69,5 persen, sedangkan 30,5 persen dipengaruhi oleh faktor lain diluar model.

2	Ketut Evi Susilawat i ¹ Ketut Budiarth a ²	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak , Pengetahuan Pajak, Sanksi Perpajakan Dan Akuntabilitas Pelayanan Publik Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.	Kesadaran wajib pajak, pengetahuan pajak, sanksi perpajakan dan akuntabilitas pelayanan publik berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor pada Kantor Bersama SAMSAT Kota Singaraja.
3	Meiliyah Ariani	Pengaruh Sosialisasi Pajak, Pemahaman Pajak, Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Membayar Wajib Pajak PP 46 Tahun	Faktor-faktor sosialisasi pajak yang diukur dengan sosialisasi langsung dan sosialisasi tidak langsung, pemahaman pajak yang diukur dengan pengetahuan ketentuan umum dan tata cara perpajakan, pengetahuan sistem perpajakan dan pengetahuan fungsi perpajakan dan kesadaran pajak yang diukur dengan pajak

		2013 Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kebayaron Baru Jakarta Selatan.	merupakan bentuk partisipasi, penundaan dan pengurangan beban pajak, pajak ditetapkan dengan undang-undang dan dipaksakan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak PP 46 Tahun 2013 pada pelaku UMKM di Kebayoran Baru Jakarta Selatan.
4	I Nyoman Doananda Samadiarta (1) Gede Sri Darma (2)	Dampak Sistem E-Filling, Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	Penerapan sistem <i>e-filing</i> pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesadaran wajib pajak. Penerapan sistem <i>e-filing</i> ,Pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

2.2. Kerangka Konseptual

Penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu sosialisasi pajak dan kesadaran wajib pajak sebagai variabel dependen, kepatuhan wajib pajak sebagai variabel independen. Untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dan variabel independen, maka digambarkan model penelitian sebagai berikut :



Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual

2.3. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diteliti, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan.

Berdasarkan Latar Belakang Masalah, rumusan masalah dan Kerangka Konseptual yang telah diuraikan serta tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka penelitian ini mengembangkan beberapa hipotesis yaitu:

1. H1 : Sosialisasi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame.
2. H2 : Kesadaran wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame.
3. H3 : Sosialisasi pajak dan kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Adapun penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Rokan Hulu yaitu di Badan Pendapatan Daerah (Bapenda). Proses penelitian yang akan peneliti laksanakan diharapkan dapat selesai dalam waktu 3 bulan mulai dari Nopember 2019 sampai Februari 2020.

3.2 Populasi Dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2012:115). Populasi dalam penelitian ini adalah orang pribadi atau badan yang memasang reklame di Kabupaten Rokan Hulu serta merupakan wajib pajak reklame yang terdaftar pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Rokan Hulu, yaitu sejumlah **732** wajib pajak reklame.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Dimana *purposive sampling* salah satu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara

menetapkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Sampel/responden yang dipilih kreterianya adalah semua wajib pajak reklame yang terdaftar pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Rokan Hulu periode 2018.

Untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus *slovin* (Arikunto 2009:25) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang ditoleransi, pada penelitian ini adalah 10%

$$n = \frac{732}{1 + 732 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{732}{1 + 732(0.01)}$$

$$n = \frac{732}{8.32}$$

$$n = 87.98$$

Dibulatkan menjadi **88** orang

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis Penelitian yang digunakan adalah data kuantitatif .

Data Kuantitatif merupakan data yang terdiri dari kumpulan bentuk angka yang diasumsikan sebagai informasi dalam bentuk pernyataan bilangan yang didasarkan pada hasil perhitungan.

3.3.2. Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian dalam hal ini Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Rokan Hulu yang belum diolah dan perlu dikembangkan sendiri oleh penulis, misalnya data hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari penelitian dan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, bukan oleh periset sendiri (Istijanto, 2010) berasal dari buku-buku ilmiah, tulisan-tulisan atau artikel yang ada hubungannya dengan masalah-masalah yang diteliti sebagai landasan dan teori. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang tersusun dalam arsip data dokumenter yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan yang berkaitan dengan variabel penelitian.

3.4 Teknik Pengambilan Data

1. Observasi

Yaitu Teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti.

2. Kuesioner

Yaitu alat penelitian yang berupa pertanyaan-pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu mengenai masalah yang akan diteliti untuk memperoleh data primer dari sejumlah responden

3. Penelitian kepustakaan

Penelitian kepustakaan untuk memperoleh data sekunder yaitu dengan mempelajari berbagai literatur, buku-buku penunjang referensi, peraturan-peraturan dan sumber lain yang berhubungan dengan objek penelitian yang akan dibahas guna mendapatkan landasan teori dan sebagai dasar melakukan penelitian.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan landasan teoritis yang telah ada, adapun definisi operasional variabel dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 3.1
Indikator Pengaruh Sosialisasi Pajak Dan
Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Sosialisasi Pajak (X₁)	Menurut Arya Yogatama (2014) 3. Tatacara Sosialisasi 4. Frekuensi Sosialisasi 5. Kejelasan Sosialisasi 6. Pengetahuan Perpajakan	Likert
2	Kesadaran Wajib Pajak (X₂)	Menurut Widiyati dan Nurlis (2010) 1. Pajak merupakan sumber penerimaan negara. 2. Pajak yang dibayar dapat digunakan untuk menunjang pembangunan negara. 3. Penundaan membayar pajak dapat merugikan negara. 4. Membayar pajak tidak sesuai dengan jumlah yang seharusnya dibayar sangat merugikan negara	Likert
3	Kepatuhan wajib Pajak (Y)	Menurut Sony Devano dan Siti Kurniayu, (2016:111) 1. Kepatuhan wajib pajak dalam mendaftarkan diri 2. Kepatuhan untuk melaporkan kembali surat pemberitahuan (SPT) 3. Kepatuhan dalam perhitungan dan mebayar pajak terutang	Likert

3.6. Instrument Penelitian

3.6.1 Skala Pengukuran Data

Data hasil kuisioner diolah dengan menggunakan teknik skala *likert* Sugiyono (2011:107). Skala *likert* biasa digunakan dalam mengukur permasalahan sosial yang terjadi baik berupa sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok. Untuk mendapatkan data yang bersifat interval dan di beri skor atau nilai sebagai berikut:

Tabel .3.2
Skor Klasifikasi Jawaban

No	Klasifikasi Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Cukup Setuju	3
4	Kurang Setuju	2
5	Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2011:107)

3.6.2. Uji Validitas

Uji validitas adalah menunjukkan kesesuaian alat ukur yang sesuai atau sesuai alat ukur yang diinginkan. Pemeriksaan kebenaran dilakukan untuk mengetahui apakah tanggapan kuesioner responden cukup sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner dikatakan valid apabila r hitung (*Corrected Item Total Corelation*) $>$ r tabel dan kuesioner dikatakan tidak valid apabila r hitung $<$ r table.

3.6.3. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2011:364) dalam penelitian ini menyatakan bahwa data dapat diandalkan jika dua atau lebih peneliti di objek yang sama menghasilkan data

yang sama, atau peneliti yang sama dilain waktu menghasilkan data yang sama, atau kumpulan data bila dibagi menjadi dua titik data yang berbeda. Untuk menguji reabilitas dapat digunakan rumus *alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Reabilitas suatu kontruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0,60.

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1. Analisis Deskriptif

Analisis ini berguna untuk mengetahui pencapaian jumlah responden yang telah dibagikan kuesioner. Masing-masing kategori jawaban dari deskriptif varaibel, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$TCR = \frac{R_s}{N} \times 100\%$$

Dimana :

TCR = Tingkat Capaian Responden

R_s = Rata – rata skor jawaban responden

N = Nilai skor jawaban maksimum

Sogiyono (2011:364), menyatakan bahwa kriteria nilai tingkat capaian responden (TCR) dapat diklasifikasikan seperti tabel berikut:

Tabel .3.3
Nilai Tingkat Capaian Responden (TCR)

Nilai TCR	Kriteria
90% - 100%	Sangat Baik
80% - 89.99%	Baik
65% - 79.99%	Cukup Baik
55% - 64.99%	Kurang Baik
0% - 54.99%	Tidak Baik

Sumber : Sugiyono (2011:364)

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2011;1100. Untuk mengetahui data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan menggunakan grafik.

2. Uji Multikolinieritas.

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

3. Uji Heterokedastisitas.

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya gejala heterokedastisitas adalah dengan melihat pada uji gletser jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka terjadi masalah heterokedastisitas.

3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda adalah model regresi atau prediksi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen atau bebas. Dalam penelitian ini digunakan analisis

regresi linier berganda (*Multiple Regression*), dengan tujuan untuk melihat pengaruh antara variabel independen atau bebas Sosialisasi Pajak (X1), Kesadaran Wajib Pajak (X2) dan variabel *dependen* atau terikat Kepatuhan Wajib Pajak (Y) Formulasi persamaan *regresi linier* berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

- Y : Kepatuhan Wajib Pajak
- a : Konstanta
- X₁ : Sosialisasi Pajak
- X₂ : Kesadaran Wajib Pajak
- b₁, b₂ : Koefisien regresi dari variabel X
- e : Standar error

3.7.4. Analisis Koefisien Determinasi

Menurut (Idris, 2007: 81) “Adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen dan dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak”. Uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov Kriteria pengujian pada $\alpha = 0,05$ sebagai berikut:

- a. Jika nilai Sig. Uji Kolmogorov - Smirnov $> 0,05$ berarti distribusi data sampel dinyatakan normal.
- b. Jika nilai Sig. Uji Kolmogorov - Smirnov $< 0,05$ berarti distribusi data sampel dinyatakan tidak normal.

3.7.5. Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Uji t adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel independen (X) yang terdiri dari sosialisasi pajak dan kesadaran wajib pajak serta variabel dependen (Y) adalah yang diukur melalui kepatuhan wajib pajak. Adapun untuk melakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini digunakan bantuan program SPSS for Windos versi 18. Uji hipotesis dapat dirumuskan dalam bentuk nol atau penolakan dengan hipotesis alternative atau penerimaan.

H1 : Diterima bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai $sig \leq$ Level signifikan (5%) Artinya ada pengaruh yang signifikan sosialisasi pajak secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak.

H2 : Diterima bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai $sig \leq$ Level signifikan (5%) Artinya ada pengaruh yang signifikan kesadaran wajib pajak secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak.

2. Uji F

Uji-F digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependen*) secara simultan.

H3 : Diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $sig \leq$ Level signifikan (5%) Artinya ada pengaruh yang signifikan sosialisasi pajak dan kesadaran wajib pajak secara

bersama-sama terhadap kepatuhan wajib pajak di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Rokan Hulu.

Kriteria pengujian yang digunakan yaitu :

Ha Diterima : Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya variabel sosialisasi pajak dan kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak maka Ha diterima

Ho Ditolak : Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya variabel sosialisasi pajak dan kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.