

**PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK
DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP
KEPATUHAN MEMBAYAR PAJAK
REKLAME DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh :
Hani Rosmawati
140810171**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK
DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP
KEPATUHAN MEMBAYAR PAJAK
REKLAME DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh :
Hani Rosmawati
140810171**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Hani Rosmawati
NPM/NIP : 140810171
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Akuntansi

Menyatakan bahwa **“Skripsi“** yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN MEMBAYAR PAJAK REKLAME DI KOTA BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 6 September 2018

Hani Rosmawati
140810171

**PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK
DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP
KEPATUHAN MEMBAYAR PAJAK
REKLAME DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Hani Rosmawati
140810171**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 6 September 2018

**Syahril Effendi, S.E., M.Ak.
Pembimbing**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan membayar pajak reklame di kota batam. Kota Batam adalah daerah yang baru muncul serta pusat pemerintahan dan pembangunan. Target peningkatan sumber pendapatan lokal yang berasal dari pajak reklame memiliki arti strategis sebagai sumber pembiayaan pembangunan daerah dan salah satu komponen dalam pelaksanaan otonomi daerah. Melihat kota Batam memiliki lokasi yang strategis dan merupakan rute perdagangan internasional, dalam hal ini akan berdampak pada realisasi PAD Kota Batam yang terus meningkat, terutama hasil pajak reklame. Berdasarkan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Badan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Batam (BPPRD) dengan data perusahaan penyedia jasa reklame untuk periode 2012-2017. Adapun data yang diolah oleh peneliti pada tahun 2017 dengan jumlah populasi sebanyak 679 wajib pajak reklame dan menggunakan metode slovin sehingga mendapatkan sampel sebanyak 252 responden. Teknik pemrosesan dokumen yang digunakan adalah pemrosesan dengan SPSS versi 21 dan menggunakan skala nominal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak reklame, sanksi perpajakan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak reklame, dan secara bersama-sama ada pengaruh yang signifikan antara variabel kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan membayar pajak reklame.

Kata Kunci : kesadaran wajib pajak, sanksi perpajakan, kepatuhan membayar pajak reklame.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of taxpayer awareness and tax sanctions on compliance pay advertisement tax in batam city. The city of Batam is a newly emerging area as well as a center of government and development. The target of increasing local revenue sources derived from advertisement taxes has a strategic meaning as a source of financing for regional development and one of the components in the implementation of regional autonomy. Seeing the city of Batam has a strategic location and is an international trade route, in this case will have an impact on the realization of Batam City PAD is increasing, especially the results of advertisement tax. Based on descriptive research with quantitative approach. Population used in this research is Batam City Tax and Retribution Agency (BPPRD) with data of advertisement service provider company for the period 2013-2017. The data processed by researchers in 2017 with a total population of 679 companies and using slovin method so as to get a sample of 252 respondents. Document processing technique used is processing with SPSS version 21 and using nominal scale. The results showed that the taxpayer awareness variable significantly influenced taxpayer compliance compliance, tax sanction has no significant effect on taxpaying compliance compliance, and together there is a significant influence between taxpayer awareness variable and tax sanctions on tax pay compliance billboard.

Keywords : Taxpayer Awareness, Tax Sanctions, Compliance Paying Advertisement Tax

KATA PENGANTAR

Segala syukur dan puji hanya bagi Allah SWT, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan rahmat-Nya yang besar sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Akuntansi Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, penulis sangat membutuhkan dukungan dan sumbangsih pikiran yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua (**Udin dan Asih**), adik-adik saya (**Delia dan Aditya**) dan tidak lupa juga sahabat dan teman-teman saya (**Tiara, Tasya, Rara, Nadira, Awsela, Esti, Siti Amalia, Nisaul Khair, Handayani, Silvia Batma, Mirnawati, Putri Nidya**) yang telah tulus ikhlas memberikan kasih sayang, cinta, doa, perhatian, dukungan moral yang telah diberikan selama ini. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom.,M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Suhardianto, S.Hum., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Bapak Haposan Banjarnahor, S.E., M.Si selaku Kepala Program Studi Akuntansi Universitas Putera Batam.
4. Bapak Syahril Effendi, S.E., M.Ak Selaku dosen pembimbing Skripsi penulis;
5. Para dosen dan staf akademik Universitas Putera Batam;
6. Kepala Kantor dan staf Kantor Badan Pengelola Pajak dan Restribusi Daerah (BPPRD) yang turut membantu dalam memberikan data yang dibutuhkan oleh penulis untuk penyusunan skripsi ini;
7. Rekan-rekan kerja yang selalu mendukung dan memberi motivasi kepada penulis.
8. Teman-teman seperjuangan Universitas Putera Batam yang sedang menyusun skripsi angkatan tahun 2014.

Kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pembaca. Terima kasih.

Batam, 6 September 2018

Hani Rosmawati

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN SAMPUL.....	
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	I
<i>ABSTRACT</i>	II
KATA PENGANTAR.....	III
DAFTAR ISI.....	IV
DAFTAR GAMBAR.....	VII
DAFTAR TABEL	VIII
DAFTAR RUMUS	X
DAFTAR LAMPIRAN	XI
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH	6
1.3 PEMBATAAN MASALAH	7
1.4 RUMUSAN MASALAH	7
1.5 TUJUAN PENELITIAN	7
1.6 MANFAAT PENELITIAN	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 TEORI DASAR	10
2.1.1 Pengertian Pajak	10
2.1.2 Pengertian Wajib Pajak.....	12
2.1.3 Fungsi Pajak.....	13
2.1.4 Kesadaran Wajib Pajak.....	14
2.1.4.1 Indikator Kesadaran Wajib Pajak.....	15
2.1.5 Sanksi Perpajakan	15
2.1.5.1 Indikator Sanksi Perpajakan.....	16
2.1.6 Kepatuhan Wajib Pajak	16
2.1.6.1 Indikator Kepatuhan Wajib Pajak.....	18
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	18
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.4 Hipotesis	25
BAB III	27
METODE PENELITIAN	27
3.1 DESAIN PENELITIAN	27
3.2 OPERASIONAL VARIABEL	28
3.2.1 Variabel Independen.....	28
3.2.1.1 Kesadaran Wajib Pajak (X1).....	29
3.2.1.2 Sanksi Perpajakan (X2).....	29
3.2.2 Variabel Dependen	30

3.2.2.1	Kepatuhan Membayar Pajak Reklame	31
3.3	POPULASI DAN SAMPEL	32
3.3.1	Populasi.....	32
3.3.2	Sampel	32
3.4	TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	34
3.4.1	Penelitian Kepustakaan (<i>Library Research</i>).....	34
3.4.2	Penelitian Lapangan (<i>Field Research</i>).....	35
3.4.2.1	Angket (Kuesioner).....	35
3.5	METODE ANALISI DATA.....	35
3.5.1	Analisis Deskriptif	36
3.5.2	Uji Kualitas Data	36
3.5.2.1	Uji Validitas Data.....	37
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	38
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	40
3.5.3.1	Uji Normalitas	40
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas	40
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	41
3.5.4	Uji Hipotesis	41
3.5.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	42
3.5.4.2	Uji t	43
3.5.4.3	Uji F	44
3.6	LOKASI DAN JADWAL PENELITIAN	45
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47	
4.1	PROFIL RESPONDEN.....	47
4.1.1	Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	49
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	50
4.2	HASIL PENELITIAN	51
4.2.1	Analisis Deskriptif	51
4.2.1.1	Analisis Deskriptif Variabel Independen	52
4.2.1.2	Analisis Deskriptif Variabel Dependen	63
4.2.2	Hasil Uji Kualitas Data	71
4.2.2.1	Hasil Uji Validitas Data	71
4.2.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	74
4.2.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	74
4.2.3.1	Hasil Uji Normalitas	75
4.2.3.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
4.2.3.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	78
4.2.4	Hasil Uji Hipotesis.....	80
4.2.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	80
4.2.4.2	Hasil Uji t.....	82
4.2.4.3	Hasil Uji F.....	83

4.2.4.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	84
4.3 PEMBAHASAN	85
4.3.1 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Reklame	85
4.3.2 Pengaruh Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Reklame	86
4.3.3 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Reklame	87
BAB V.....	88
SIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 SIMPULAN	88
5.2 SARAN.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4.1 <i>Histogram</i>	75
Gambar 4.2 <i>P-P Plot Of Regression Standardized Residual</i>	76
Gambar 4.3 Grafik <i>Scatterplots</i>	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Populasi Wajib Pajak Reklame Kota Batam.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Variabel Independen	28
Tabel 3.2 Variabel Dependen.....	30
Tabel 3.3 Skala Likert Positif (+).....	32
Tabel 3.4 Validitas Data.....	37
Tabel 3.5 Koefisien Reabilitas	39
Tabel 3.6 Jadwal Penelitian.....	46
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner.....	48
Tabel 4.2 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.3 Profil Responden berdasarkan Usia	49
Tabel 4.4 Profil Responden berdasarkan Jenjang Pendidikan	50
Tabel 4.5 Kriteria Analisis Deskriptif.....	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Deskriptif Variabel Independen X1_1.....	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Deskriptif Variabel Independen X1_2.....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Deskriptif Variabel Independen X1_3.....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Deskriptif Variabel Independen X1_4.....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Deskriptif Variabel Independen X1_5.....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Deskriptif Variabel Independen X1_6.....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Deskriptif Variabel Independen X2_1.....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Deskriptif Variabel Independen X2_2.....	59

Tabel 4.14 Hasil Uji Deskriptif Variabel Independen X2_3.....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Deskriptif Variabel Independen X2_4.....	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Deskriptif Variabel Independen X2_5.....	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Deskriptif Variabel Independen X2_6.....	63
Tabel 4.18 Hasil Uji Deskriptif Variabel Dependen Y_1	64
Tabel 4.19 Hasil Uji Deskriptif Variabel Dependen Y_2	65
Tabel 4.20 Hasil Uji Deskriptif Variabel Dependen Y_3	66
Tabel 4.21 Hasil Uji Deskriptif Variabel Dependen Y_4	67
Tabel 4.22 Hasil Uji Deskriptif Variabel Dependen Y_5	68
Tabel 4.23 Hasil Uji Deskriptif Variabel Dependen Y_6	69
Tabel 4.24 Hasil Uji Deskriptif Variabel Dependen Y_7	70
Tabel 4.25 Hasil Uji Deskriptif Variabel Dependen Y_8	71
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas Data	73
Tabel 4.27 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.28 Hasil Uji Normalitas Data.....	77
Tabel 4.29 Hasil Uji Multikolinearitas.....	78
Tabel 4.30 Hasil Uji Heteroskedastisitas	79
Tabel 4.31 Hasil Uji Analisa Linier Berganda	81
Tabel 4.32 Hasil Uji t.....	82
Tabel 4.33 Hasil Uji F.....	83
Tabel 4.34 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	84

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Metode Slovin.....	34
Rumus 3.2 Validitas Korelasi Product Moment	38
Rumus 3.3 Reabilitas Tes Objektif	39
Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda	42
Rumus 3.5 Uji t	43
Rumus 3.6 Uji F.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Laporan Jumlah Wajib Pajak Yang Terdaftar
Lampiran II	Tabel Tabulasi
Lampiran III	Out SPSS Versi 21
Lampiran IV	Tabel t
Lampiran V	Tabel F
Lampiran VI	Tabel r
Lampiran VII	Peneltian Terdahulu
Lampiran VIII	Daftar Riwayat Hidup
Lampiran IX	Surat Penelitian
Lampiran X	Surat Balasan Penelitian

BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pajak dapat diartikan sebagai sumber dana dari sebuah negara untuk mengatasi berbagai masalah-masalah seperti masalah sosial, peningkatan kesejahteraan, kemakmuran serta menjadi kontrak sosial antara pemerintah dengan warga negaranya (Pratiwi, 2014). Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak suatu negara adalah pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi akan meningkatkan pendapatan masyarakat yang tentunya akan berpengaruh langsung terhadap kemampuan masyarakat secara finansial untuk membayar pajak. Hampir seluruh wilayah di Indonesia menggali potensi pendapatan daerahnya melalui pajak daerah (Pranata & Setiawan, 2015). Oleh sebab itu pemerintah daerah harus berusaha keras meningkatkan sumber potensi pendapatan daerahnya. Sesuai dengan Undang-Undang Dasar 1945 Alenia IV yaitu melindungi Segenap Bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, Mencerdaskan Kehidupan Bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban Dunia, (K. W. Pajak et al, 2016).

Sejak diberlakukannya otonomi daerah, daerah untuk dapat berkreasi dalam mencari sumber penerimaan daerah yang dapat mendukung pembiayaan pengeluaran daerah. Menurut, (Suardana, 2016) penyelenggaraan otonomi daerah, salah satu bentuk peran serta masyarakat melalui pajak daerah dan retribusi daerah. Otonomi daerah merupakan penyelenggaraan pembangunan dan jalannya roda pemerintahan dilaksanakan oleh pemerintah daerah itu sendiri, dengan persetujuan pemerintah pusat. Salah satunya adalah sumber pendapatan dari pajak reklame,

pembangunan daerah sebagai dari pembangunan nasional dilaksanakan berdasarkan prinsip otonomi daerah dan pengaturan sumber daya suatu daerah. Pemungutan pajak daerah merupakan salah satu cara peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan pemungutan ini dikenakan pada anggota masyarakat wajib pajak sebagai pencerminan kewajiban dibidang perpajakan, pemungutan pajak reklame itu sendiri merupakan jenis pemungutan yang sudah lama dilakukan oleh pemerintah, pajak ini sangat berpengaruh terhadap sumber pendapatan asli daerah, yang berguna untuk membiayai pelaksanaan tugas rutin pemerintah daerah, (Yunus, 2014). Sumber pendapatan daerah menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1998, kemudian diubah menjadi Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang pajak daerah dan terakhir Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, (S. Pajak, Bermotor, Sistem, & Wardani, 2017).

Kota Batam sebagai kota pusat pemerintahan dan sekaligus sebagai kota industri maka prospek pajak reklame cukup potensial untuk waktu yang akan datang. Menurut Watini (2010), salah satu strategi yang dilakukan perusahaan dalam memperkenalkan dan memasarkan produknya sehingga penjualan (pendapatan) perusahaan meningkat serta dapat memperluas pangsa pasar perusahaan adalah melalui media periklanan (reklame). Reklame adalah benda, alat perbuatan atau media yang menurut bentuk susunan dan corak ragamnya untuk tujuan komersial dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang atau jasa, orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh

pemerintah. Dengan demikian dengan bertambah banyaknya perusahaan yang menggunakan media periklanan (reklame) untuk tujuan komersial, (Persepsi, Perpajakan, & Kepatuhan, 2016).

Dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga nilai sewa reklame ditentukan berdasarkan jumlah pembayaran untuk satu masa pajak atau masa penyelenggaraan reklame dengan mempertimbangkan biaya pemasangan, pemeliharaan, lama pemasangan, nilai strategis lokasi reklame, jenis reklame, ketinggian pemasangan dan ukuran media. Bila dilihat dari target dan realisasinya, pajak reklame sebagai salah satu sumber pendapatan daerah yang berpotensi dan dapat dilakukan pemungutan secara efisien, efektif, dan ekonomis sehingga dapat lebih berperan dalam usaha peningkatan PAD di kota Batam.

Pajak reklame merupakan pungutan yang dikenakan terhadap penyelenggaraan reklame (Lintong, 2015). Pemungutan pajak bukan pekerjaan yang mudah disamping peran aktif dari petugas perpajakan, juga dituntut kesadaran dari wajib pajak itu sendiri. Kemauan wajib pajak dalam membayar pajak merupakan hal yang penting. Penyebab kurangnya kemauan membayar pajak antara lain asas perpajakan yaitu bahwa hasil pemungutan pajak tersebut tidak secara langsung dapat dinikmati oleh para wajib pajak. Hal ini terjadi karena masyarakat tidak pernah tau wujud konkret imbalan dari uang yang dikeluarkan untuk membayar pajak (Perusahaan et al., 2014). Oleh karena itu, Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Batam terus berupaya untuk meningkatkan penerimaan pajak. Proporsi penerimaan pajak reklame dalam 5 tahun sejak 2013 sampai 2017 dapat dilihat pada table 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1

Populasi Wajib Pajak Reklame Kota Batam

Tahun	Jumlah Wajib Pajak Reklame Yang Terdaftar	Jumlah Wajib Pajak Reklame Yang Patuh Wajib Pajak
2013	466	466
2014	447	447
2015	584	584
2016	918	918
2017	679	679

Sumber: Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Kota Batam

Kesadaran wajib pajak adalah suatu kondisi dimana wajib pajak mengetahui, memahami dan melaksanakan ketentuan perpajakan dengan benar dan sukarela. Kesadaran masyarakat untuk mematuhi kewajiban perpajakan yang berlaku mempengaruhi penerimaan pendapatan pajak agar dapat berlangsung secara maksimal. Persoalan mengenai kepatuhan pajak telah menjadi persoalan yang penting di Indonesia karena jika wajib pajak tidak patuh maka dapat menimbulkan keinginan untuk melakukan tindakan penghindaran, pengelakan dan pelalaian pajak yang pada akhirnya akan merugikan negara yaitu berkurangnya penerimaan pajak. Kesadaran dan kepedulian sukarela wajib pajak sangat sulit untuk diwujudkan. Sampai sekarang kesadaran membayar pajak belum mencapai tingkat sebagaimana yang diharapkan (Budiarta, 2013). Umumnya masyarakat masih sinis dan kurang percaya terhadap keberadaan pajak karena masih merasa sama seperti upeti, memberatkan, pembayarannya sering mengalami kesulitan, ketidakmengertian masyarakat apa dan antara lain karena motif-motif yang berkaitan dengan keharusan melaksanakan kewajiban kepada negara hanya

melalui instansi pemerintah tertentu saja, misalnya pelayanan untuk membayar pajak (Pranata & Setiawan, 2015).

(Tiraada, 2012) Kepedulian masyarakat dalam membayar pajak masih minim, padahal negara telah memberikan berbagai fasilitas seperti subsidi yang terus menekankan APBN, rendahnya kewajiban membayar pajak ditunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang belum memahami pentingnya dana pajak untuk pembangunan Negara. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan, 2016), kesadaran wajib pajak merupakan salah satu faktor penyebab tinggi rendahnya kepatuhan membayar pajak dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Hadiningsih, 2011) hasil penelitian mengemukakan bahwa kesadaran perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, umumnya orang pribadi maupun masyarakat tidak terlalu memandang penting kepatuhan wajib pajak dikarenakan kesadaran perpajakan hanya akan menjadi bahan pertimbangan bagi mereka untuk menyetorkan nominal pajak yang dibebankan kepada wajib pajak tersebut, (Pujiwidodo, 2016).

Sanksi perpajakan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya kepatuhan wajib pajak. Pelanggaran peraturan perpajakan akan dapat ditekan apabila terdapat sanksi perpajakan yang mengaturnya. Pandangan wajib pajak tentang banyaknya kerugian yang akan dialaminya apabila melanggar kewajiban membayar pajak akan mendorong wajib pajak untuk patuh pada kewajiban perpajakan (Wardani, 2017)

Kepatuhan wajib pajak juga berpengaruh dengan sanksi pajak yang memberikan pengaruh terbesar terhadap kepatuhan wajib pajak dan ini

berhubungan dengan sanksi yang tidak ringan yang dapat diterima oleh wajib pajak ketika terdapat suatu keterlambatan atau bahkan pelanggaran administratif atau pidana terhadap penetapan pajak atas wajib pajak tersebut. Tingginya kesadaran akan hukuman dari sanksi perpajakan diharapkan akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Persepsi et al., 2016). Sanksi perpajakan telah dibuktikan mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh, (Pujiwidodo, 2016).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Reklame Di Kota Batam”.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun beberapa permasalahan yang mempengaruhi kepatuhan membayar pajak adalah sebagai berikut :

1. Rendahnya kesadaran kewajiban membayar pajak ditunjukkan bahwa masih banyak wajib pajak reklame yang belum memahami pentingnya dana pajak untuk pembangunan negara.
2. Kurangnya ketegasan pemerintah dalam menjatuhkan sanksi perpajakan kepada perusahaan-perusahaan wajib pajak reklame terhadap ketidakpatuhan membayar pajak reklame.
3. Kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame masih rendah.

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam hal ini penulis membatasi masalah penelitian pada kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan membayar pajak reklame.

1. Objek penelitian pada wajib pajak reklame yang terdaftar di Kantor Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (DPPRD) Kota Batam.
2. Data penerimaan pajak reklame pada tahun 2013-2017.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan membayar pajak reklame?
2. Bagaimana pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan membayar pajak reklame?
3. Bagaimana pengaruh kesadaran dan sanksi perpajakan secara bersama-sama terhadap kepatuhan membayar pajak reklame?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka peneliti ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan membayar pajak reklame.

2. Untuk mengetahui pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan membayar pajak reklame.
3. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran dan sanksi perpajakan secara bersama-sama terhadap kepatuhan membayar pajak reklame.

1.6 Manfaat Penelitian

Dilakukannya penelitian ini diharapkan berguna bagi :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam pengaruh kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan membayar pajak reklame.

2. Manfaat Praktis Hasil

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis sebagai berikut:

a. Bagi Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Batam

Sebagai kontribusi dalam usaha peningkatan kepatuhan membayar pajak dengan mengetahui faktor yang mempengaruhi kesadaran, pengetahuan, dan sanksi perpajakan pada kepatuhan membayar pajak.

b. Bagi Wajib Pajak

Sebagai masukan untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan membayar pajak karena pajak merupakan salah satu sumber pembangunan suatu daerah/negara.

c. Bagi Universitas Putera Batam

Dapat digunakan sebagai bahan referensi apabila ke depan ingin melakukan penelitian sejenis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Pengertian Pajak

Pajak dari perspektif ekonomi dipahami sebagai beralihnya sumber daya dari sektor privat kepada sektor publik. Pemahaman ini diberikan gambaran bahwa adanya pajak menyebabkan dua situasi menjadi berubah. Sementara pemahaman pajak dari perspektif hukum menurut Soemitro merupakan suatu perikatan yang timbul karena adanya undang-undang yang menyebabkan timbulnya kewajiban warga negara untuk menyetorkan sejumlah penghasilan tertentu kepada negara, negara mempunyai kekuatan untuk memaksa dan uang pajak tersebut harus dipergunakan untuk menyelenggarakan pemerintahan (Susmita, 2016)

Secara umum pajak didefinisikan atau pengertian pajak juga tertulis dalam Pasal 1 UU No.28 tahun 2007, dalam pasal tersebut dijelaskan bahwa pajak adalah kontribusi wajib kepada negara oleh perseorangan atau kelompok, pajak bersifat memaksa, berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan timbal balik secara langsung dan digunakan untuk kepentingan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Membahas mengenai perpajakan tidak terlepas dari pengertian pajak itu sendiri, menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, SH dalam bukunya Mardiasmo (2011) :

“Pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan Undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontra Prestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.”

Sedangkan menurut P. J. A. Andriani dalam buku (Waluyo, 2011):

“Pajak adalah iuran masyarakat kepada Negara (yang dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (undang-undang) dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung tugas Negara untuk menyelenggarakan pemerintahan.”

Dari kedua definisi di atas terdapat persamaan pandangan atau prinsip mengenai pajak. Perbedaan mengenai kedua definisi tersebut hanya pada penggunaan gaya bahasa atau kalimatnya saja.

Kedua pendapat tersebut mempunyai unsur-unsur sebagai berikut :

- 1) Pajak dipungut berdasarkan Undang-undang.
- 2) Tidak ada timbal jasa (Kontraprestasi) secara langsung.
- 3) Dapat dipaksakan.
- 4) Hasilnya untuk membiayai pembangunan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pajak adalah iuran kepada Negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan dan tidak mendapatkan prestasi-prestasi kembali yang secara langsung dapat ditunjuk.

2.1.2 Pengertian Wajib Pajak

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 Pasal 1 ayat 2 mendefinisikan Wajib Pajak adalah Orang Pribadi atau Badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan perpajakan. Orang Pribadi merupakan Subjek Pajak yang bertempat tinggal atau berada di Indonesia ataupun di luar Indonesia. Menurut Undangundang Nomor 28 Tahun 2007 (2007), Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan menyebutkan bahwa:

“Badan adalah sekumpulan orang atau modal yang merupakan kesatuan, baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah dengan nama dan dalam bentuk apapun, firma, kongsi koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, atau organisasi lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap.”

Wajib pajak tersebut terdiri dari:

1. Wajib Pajak Orang Pribadi

Wajib Pajak orang pribadi dibayarkan oleh wajib pajak orang pribadi yang memiliki penghasilan dari usaha, wajib pajak orang pribadi yang memiliki penghasilan dari pekerjaan bebas serta wajib pajak orang pribadi yang memiliki penghasilan dari pekerjaan.

2. Wajib Pajak Badan

Wajib pajak Badan ini dibayarkan oleh Badan usaha milik pemerintah seperti BUMN dan BUMD dan juga Badan usaha milik swasta seperti PT, CV, Lembaga maupun Yayasan.

3. Wajib Pajak Bendahara sebagai pemungut dan pemotong pajak

Wajib pajak bendahara sebagai pemungut dan pemotong pajak ini dilakukan oleh Bendahara Pemerintah Pusat dan juga Bendahara Pemerintah Daerah.

2.1.3 Fungsi Pajak

Pemberian kewenangan untuk mengadakan pemungutan pajak selain mempertimbangkan kriteria-kriteria perpajakan yang berlaku secara umum, seyogyanya dipertimbangkan optimalisasi ketepatan / kepatuhan dalam membayar pajak. Untuk itu pemerintah daerah dalam melakukan pemungutan harus tetap menempatkan sesuai dengan fungsinya. Fungsi yang dimaksud menurut (K. Perpajakan et al., n.d.) dapat dikelompokkan menjadi 5 (lima) yaitu :

- a. Fungsi Penerimaan (*budgeter*) yaitu sebagai sumber dana yang diperuntukan bagi pembiayaan pengeluaran-pengeluaran pemerintah.
- b. Fungsi Mengatur (*regulator*) yaitu sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan di bidang sosial dan ekonomi.
- c. Fungsi Stabilitas yaitu berhubungan dengan kebijakan untuk menjaga stabilitas harga (melalui dana yang diperoleh dari pajak) sehingga laju inflasi dapat dikendalikan.

- d. Fungsi Redistribusi yaitu lebih ditekankan unsur pemerataan dan keadilan dalam masyarakat. Fungsi ini terlihat dari adanya lapisan tarif dalam pengenaan pajak.
- e. Fungsi Demokrasi yaitu wujud sistem gotong royong yang dikaitkan dengan tingkat pelayanan pemerintah kepada masyarakat pembayar pajak

2.1.4 Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak merupakan sebuah itikad baik seseorang untuk memenuhi kewajiban membayar pajak berdasarkan hati nuraninya yang tulus dan ikhlas. Semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak, maka pemahaman dan pelaksanaan kewajiban perpajakan semakin baik sehingga dapat meningkatkan kepatuhan (Widnyani, 2016).

Kesadaran perpajakan adalah suatu kondisi dimana wajib pajak mengetahui, memahami dan melaksanakan ketentuan perpajakan dengan benar dan sukarela. Indikator dari kesadaran perpajakan (Pranata & Setiawan, 2015), adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui adanya Undang-Undang dan ketentuan perpajakan.
2. Mengetahui dan memahami fungsi pajak untuk pembiayaan negara.
3. Memahami bahwa kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
4. Menghitung, membayar dan melaporkan pajak dengan sukarela.
5. Menghitung, membayar dan melaporkan pajak dengan benar.

2.1.4.1 Indikator Kesadaran Wajib Pajak

Menurut Manik (2009), kesadaran wajib pajak dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Tingkat pengetahuan fungsi pajak untuk pembiayaan negara.
2. Tingkat pemahaman bahwa kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Tingkat pengetahuan adanya undang-undang perpajakan.

2.1.5 Sanksi Perpajakan

Menurut (S. Perpajakan & Akuntabilitas, 2013), sanksi perpajakan merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti/dipatuhi, dengan kata lain sanksi perpajakan merupakan alat pencegah (*preventif*) agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan. Sanksi Pajak Reklame diatur dalam Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2011. Peraturan ini menyebutkan bahwa wajib pajak yang tidak memenuhi kewajiban membayar pajak reklame dikenakan sanksi kenaikan sebesar 25% (dua puluh lima persen) dari pokok pajak.

Dengan adanya kesadaran wajib pajak, hal tersebut belum tentu dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Oleh karena itu wajib pajak harus mengetahui sanksi-sanksi perpajakan supaya wajib pajak tidak dengan mudah melanggar peraturan perundang-undangan perpajakan dan dapat memenuhi kewajibannya dengan tepat waktu.

2.1.5.1 Indikator Sanksi Perpajakan

Sanksi perpajakan dapat diukur dengan indikator (Yadnyana, 2009) sebagai berikut.

1. Sanksi pidana yang dikenakan bagi pelanggar aturan pajak cukup berat.
2. Sanksi administrasi yang dikenakan bagi pelanggar aturan pajak sangat ringan.
3. Pengenaan sanksi yang cukup berat merupakan salah satu sarana untuk mendidik wajib pajak.

2.1.6 Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut (Pujiwidodo, 2016), pengertian kepatuhan wajib pajak (*tax compliance*) adalah bahwa wajib pajak mempunyai kesediaan untuk memenuhi kewajiban pajaknya sesuai dengan aturan yang berlaku tanpa perlu diadakan pemeriksaan, investigasi seksama, peringatan atau ancaman dan penerapan sanksi baik hukuman maupun administrasi.

Kepatuhan wajib pajak diartikan sebagai suatu yang mana wajib pajak patuh dan mempunyai kesadaran dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Kepatuhan dan kesadaran pemenuhan kewajiban perpajakan (Indriyani, 2014), tercermin dalam situasi sebagai berikut:

- a. Wajib pajak memahami dan berusaha untuk memahami semua ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.
- b. Mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas.
- c. Menghitung jumlah pajak yang terutang dengan benar.

- d. Membayar pajak yang terutang tepat pada waktunya.

Kepatuhan wajib pajak sebagai fondasi *official assessment* dapat dicapai apabila elemen-elemen kunci telah diterapkan secara efektif. Elemen-elemen kunci tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Program pelayanan yang baik kepada wajib pajak.
- b. Prosedur yang sederhana dan memudahkan wajib pajak.
- c. Program pemantauan kepatuhan dan verifikasi yang efektif.
- d. Pemantapan *law enforcement* secara tegas dan adil.

Ada dua macam kepatuhan, yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan material. Kepatuhan formal adalah suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi kewajiban secara formal dengan ketentuan dalam perundang-undangan perpajakan. Kepatuhan material adalah suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua ketentuan material perpajakan, yakni sesuai dengan isi dan jiwa undang-undang perpajakan. Adapun peraturan tentang pajak reklame sebagai berikut:

a) Dasar Hukum

- 1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 130 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5049).
- 2) Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif berupa Produk Tembakau bagi Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 278, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5380).

- 3) Peraturan Walikota Batam Nomor 5 Tahun 2001 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame
- 4) Peraturan Walikota Batam Nomor 29 Tahun 2001 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Pajak Reklame.

2.1.6.1 Indikator Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Chaizi dalam Kurnia (2010), kepatuhan Wajib Pajak dapat diidentifikasi dari:

1. Kepatuhan wajib pajak dalam mengisi formulir SPT dan mendaftarkan diri dengan benar.
2. Kepatuhan untuk melaporkan kembali Surat Pemberitahuan (SPT).
3. Kepatuhan dalam perhitungan dan pembayaran pajak dengan benar.
4. Kepatuhan dalam pembayaran tepat waktu dan tidak pernah menerima surat teguran.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dibuat berdasarkan acuan dan keterkaitan teori dari penelitian-penelitian terdahulu. Berikut ini akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu guna mendukung penelitian ini dan selebihnya akan dilampirkan pada halaman lampiran.

1. Andriani Pratiwi (2014)

Hasil penelitian andriani pratiwi dengan judul Pengaruh kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kondisi keuangan perusahaan, dan persepsi tentang sanksi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak reklame

di dinas pendapatan kota denpasar adalah kesadaran wajib pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Dinas Pendapatan Kota Denpasar. Kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Dinas Pendapatan Kota Denpasar. Kewajiban moral berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Dinas Pendapatan Kota Denpasar.

2. Dewi (2016)

Hasil penelitian dewi dengan judul Pengaruh kesadaran, kualitas pelayanan, kewajiban moral, dan persepsi sanksi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak reklame adalah kesadaran wajib pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Dinas Pendapatan Kabupaten Bandung. Kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Dinas Pendapatan Kabupaten Bandung. Kewajiban moral berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Dinas Pendapatan Kabupaten Bandung. Persepsi wajib pajak tentang sanksi perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Dinas Pendapatan Kabupaten Bandung.

3. Pancawati (2011)

Hasil penelitian pancawati dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi kemauan membayar pajak adalah kesadaran dalam

membayar pajak berpengaruh dan signifikan terhadap kemauan membayar pajak, sikap wajib pajak terhadap pengetahuan peraturan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak. Sikap wajib pajak terhadap pemahaman peraturan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak. Persepsi efektifitas sistem perpajakan juga tidak berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak, dan untuk kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kemauan membayar pajak.

4. Ketut Evi (2013)

Hasil penelitian ketut evi dengan judul Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sanksi Perpajakan dan Akuntabilitas Pelayanan Publik Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Singaraja adalah jumlah penerimaan pajak kendaraan bermotor dan perkembangan jumlah kendaraan bermotor mengalami peningkatan. Kurangnya kesadaran dan kepatuhan wajib pajak terhadap pemenuhan kewajibannya dalam membayar pajak. Kepatuhan wajib pajak masih kurang karena jumlah tunggakan dan denda yang cukup besar pada Kantor Samsat Singaraja.

5. I Ketut Jati (2013)

Hasil penelitian i ketut jati dengan judul Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Denpasar adalah kantor bersama SAMSAT denpasar memberikan pelayanan publik yang kurang baik sehingga meningkatkan kepatuhan

wajib pajak sulit meningkat. Pemberian pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak secara sukarela.

6. Aditya (2015)

Hasil penelitian aditya dengan judul Pengaruh Sanksi Perpajakan, Kualitas Pelayanan dan Kewajiban Moral pada Kepatuhan Wajib Pajak adalah sanksi perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak restoran di Dinas Pendapatan Kota Denpasar. Kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak restoran di Dinas Pendapatan Kota Denpasar. Kewajiban moral berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak restoran di Dinas Pendapatan Kota Denpasar.

7. Pratiwi (2014)

Hasil penelitian pratiwi dengan judul Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Kondisi Keuangan, dan Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Di Dinas Pendapatan Kota Denpasar adalah kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame di kota denpasar. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame di kota denpasar. Kondisi keuangan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame di kota denpasar. Persepsi tentang sanksi perpajakan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame di kota Denpasar.

8. Dwiyatmoko (2016)

Hasil penelitian dwiyatmoko dengan judul Persepsi Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi adalah sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Besarnya pengaruh yang dihasilkan oleh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi sebesar 0,36%.

9. Komala Dewi (2016)

Hasil penelitian komala dewi dengan judul Pengaruh Kesadaran, Kualitas Pelayanan, Kewajiban Moral, Dan Persepsi Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame adalah kesadaran wajib pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Dinas Pendapatan Kabupaten Badung. Kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Dinas Pendapatan Kabupaten Badung. Kewajiban moral berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Dinas Pendapatan Kabupaten Badung. Persepsi wajib pajak tentang sanksi perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Dinas Pendapatan Kabupaten Badung.

10. Armando Lintong (2010)

Hasil penelitian armando lintong dengan judul Analisis Perbandingan Kontribusi Pajak Reklame Kabupaten Minahasa Selatan dan Kabupaten Minahasa Terhadap Pajak Daerah Tahun 2009-2013 adalah kontribusi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Minahasa Selatan lebih kecil dari kontribusi penerimaan pajak reklame Kabupaten Minahasa. Perbandingan rata-rata penerimaan dilihat dari lima tahun terakhir.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

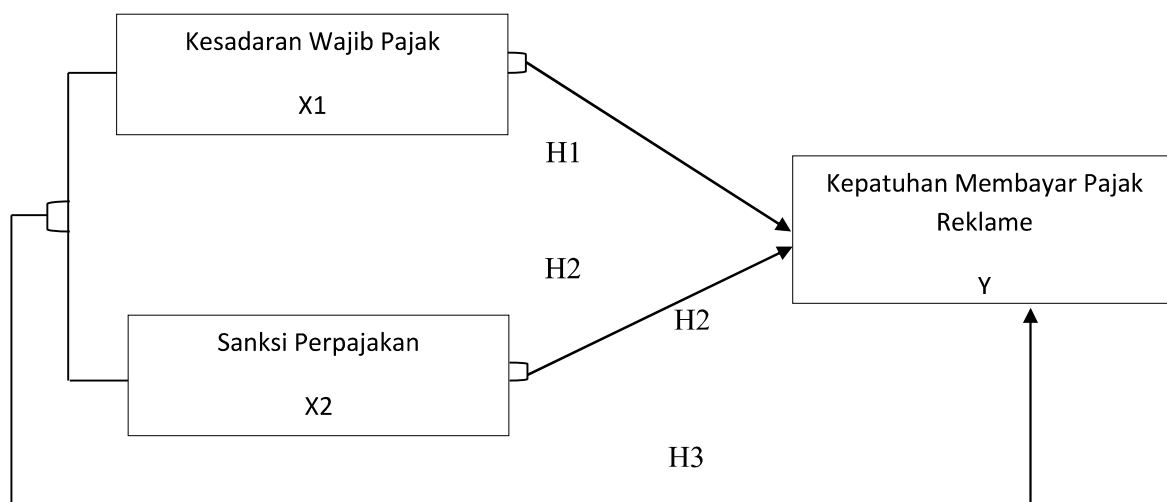
No	Judul/ Nama (Tahun)	ISSN	Hasil
1	Pengaruh Kesadaran, Kualitas Pelayanan, Kewajiban Moral ,dan Persepsi Sanksi Perpajakan pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame di Dinas Pendapatan Kota Denpasar/ Pratiwi (2014)	ISSN: 2302-8556	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Dinas Pendapatan Kota Denpasar. 2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Dinas Pendapatan Kota Denpasar. 3. Kewajiban moral berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Dinas Pendapatan Kota Denpasar.
2	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEMAUAN MEMBAYAR PAJAK/ Pancawati (2011)	ISSN: 1979-4878	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesadaran dalam membayar pajak berpengaruh dan signifikan terhadap kemauan membayar pajak, sikap wajib pajak terhadap pengetahuan peraturan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak. 2. Sikap wajib pajak terhadap pemahaman peraturan perpajakan tidak berpengaruh terhadap

			<p>kemauan membayar pajak.</p> <p>3. Persepsi efektifitas sistem perpajakan juga tidak berpengaruh terhadap kemauan membayar pajak, dan untuk kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kemauan membayar pajak.</p>
3	<p>Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor, Dan Sistem SAMSAT DRIVE THRU Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi kasus WP PKB roda empat di Samsat Drive Thru Bantul)/ Dewi (2016)</p>	<p>ISSN 2540-9646</p>	<p>1. Pemahaman tentang pengetahuan wajib pajak berpengaruh positif dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak.</p> <p>2. Kesadaran wajib pajak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.</p> <p>3. Sanksi perpajakan mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.</p>
4	<p>Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sanksi Perpajakan dan Akuntabilitas Pelayanan Publik Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Singaraja, Bali/ Ketut Evi (2013)</p>	<p>ISSN: 2302-8556</p>	<p>1. Jumlah penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor dan perkembangan jumlah kendaraan bermotor mengalami peningkatan.</p> <p>2. Kurangnya kesadaran dan kepatuhan wajib pajak terhadap pemenuhan kewajibannya dalam membayar pajak.</p> <p>3. Kepatuhan wajib pajak masih kurang karena jumlah tunggakan dan denda yang cukup besar pada Kantor Samsat Singaraja.</p>

2.3 Kerangka Pemikiran

Hipotesis dalam penelitian ini dapat diringkas menjadi sebuah kerangka pemikiran. Adapun gambar pemikiran dapat dilihat pada **Gambar 2.1**.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2011) menyatakan bahwa:

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.”

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan harus diuji secara empiris.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka penulia menyimpulkan hipotesis yaitu:

H1 : Kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak reklame.

H2 : Sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak reklame.

H3 : Kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak reklame.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah wajib pajak reklame di kota Batam. Variabel bebas (*Independent Variable*) dalam penelitian ini faktor-faktor yang melekat pada wajib pajak yaitu kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan tentang tatacara membayar pajak. sedangkan variabel tidak bebas (*Dependant Variabel*) dari penelitian ini adalah kepatuhan membayar pajak reklame. Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan tentang pengaruh kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak.

Langkah-langkah desain penelitian menurut Narimawati, dkk (2010) sebagai berikut:

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi.
3. Menetapkan rumusan masalah.
4. Menetapkan tujuan penelitian.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori.
6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan.

7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data.
8. Melakukan analisis data.
9. Melakukan pelaporan hasil penelitian.

3.2 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah proses penentuan ukuran suatu variabel, operasi yang di gunakan dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

3.2.1 Variabel Independen

Variabel Independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain (Indrianto dan Supomo, 2002). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah :

Tabel 3.1
Variabel Independen

Variabel	Indikator
Kesadaran Wajib Pajak (X1), (Manik, 2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat pengetahuan fungsi pajak untuk pembiayaan negara. 2. Tingkat pemahaman bahwa kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. 3. Tingkat pengetahuan adanya undang-undang perpajakan.
Sanksi Perpajakan (X2), (Yadnyana, 2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sanksi pidana yang dikenakan bagi pelanggar aturan pajak cukup berat. 2. Sanksi administrasi yang dikenakan bagi pelanggar aturan pajak sangat ringan. 3. Pengenaan sanksi yang cukup berat merupakan salah satu sarana untuk mendidik wajib pajak.

3.2.1.1 Kesadaran Wajib Pajak (X₁)

Kesadaran wajib pajak adalah suatu kondisi dimana wajib pajak mengetahui, memahami, dan melaksanakan ketentuan perpajakan dengan benar dan sukarela. Semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak maka pemahaman dan pelaksanaan kewajiban perpajakan semakin baik sehingga dapat meningkatkan kepatuhan.

Kesadaran wajib pajak dapat diukur dengan mengumpulkan data dengan 6 (enam) pernyataan dalam bentuk kuesioner yang diberikan kepada wajib pajak reklame yang menjadi objek penelitian di Kota Batam.

Adapun indikator kesadaran wajib pajak menurut Manik (2009) sebagai berikut :

1. Tingkat pengetahuan fungsi pajak untuk pembiayaan negara.
2. Tingkat pemahaman bahwa kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Tingkat pengetahuan adanya undang-undang perpajakan.

3.2.1.2 Sanksi Perpajakan (X₂)

Sanksi perpajakan merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti/dipatuhi, dengan kata lain sanksi perpajakan merupakan alat pencegah (*preventif*) agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan.

Sanksi Perpajakan dapat diukur dengan mengumpulkan data dengan 6 (enam) pernyataan dalam bentuk kuesioner yang diberikan kepada perusahaan wajib pajak reklame yang menjadi objek penelitian di Kota Batam.

Adapun indikator sanksi perpajakan menurut (Yadnyana, 2009) sebagai berikut:

1. Sanksi pidana yang dikenakan bagi pelanggar aturan pajak cukup berat.
2. Sanksi administrasi yang dikenakan bagi pelanggar aturan pajak sangat ringan.
3. Pengenaan sanksi yang cukup berat merupakan salah satu sarana untuk mendidik wajib pajak.

3.2.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen (S. Perpajakan & Akuntabilitas, 2013). Yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepatuhan membayar pajak reklame (Y).

Tabel 3.2
Variabel Dependen

Variabel	Indikator
Kepatuhan Membayar Pajak Reklame (Y), (Kurnia, 2010)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepatuhan wajib pajak dalam mengisi formulir SPT dan mendaftarkan diri dengan benar. 2. Kepatuhan untuk melaporkan kembali Surat Pemberitahuan (SPT). 3. Kepatuhan dalam perhitungan dan pembayaran pajak dengan benar. 4. Kepatuhan dalam pembayaran tepat waktu dan tidak pernah menerima surat teguran.

3.2.2.1 Kepatuhan Membayar Pajak Reklame

Kepatuhan membayar pajak adalah bahwa wajib pajak mempunyai kesediaan untuk memenuhi kewajiban pajaknya sesuai dengan aturan yang berlaku tanpa perlu diadakan pemeriksaan, investigasi seksama, peringatan atau ancaman dan penerapan sanksi baik hukuman maupun administrasi. Kepatuhan diartikan sebagai suatu yang mana wajib pajak patuh dan mempunyai kesadaran dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Untuk mengetahui tingkat kepatuhan membayar pajak reklame dapat diukur dengan cara memberikan 8 (delapan) pernyataan dalam bentuk kuesioner yang diberikan kepada wajib pajak reklame yang menjadi objek penelitian di Kota Batam.

Adapun indikator kepatuhan membayar pajak reklame menurut Chaizi dalam Kurnia (2010) adalah sebagai berikut:

1. Kepatuhan wajib pajak dalam mengisi formulir SPT dan mendaftarkan diri dengan benar.
2. Kepatuhan untuk melaporkan kembali Surat Pemberitahuan (SPT).
3. Kepatuhan dalam perhitungan dan pembayaran pajak dengan benar.
4. Kepatuhan dalam pembayaran tepat waktu dan tidak pernah menerima surat teguran.

Variabel-variabel diatas diukur dengan menggunakan skala likert, seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.3
Skala Likert Positif (+)

Nilai	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Cukup Setuju
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber: *Sugiyono (2012)*

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari variabel yang menyangkut masalah yang diteliti. Populasi penelitian terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak reklame di wilayah kota batam pada tahun 2017 yang berjumlah 679 wajib pajak reklame. Guna efisiensi waktu dan biaya, maka tidak semua wajib pajak reklame tersebut menjadi wajib obyek dalam penelitian ini. Oleh karena itu dilakukanlah pengambilan sampel. Adapun responden dari penelitian ini adalah wajib pajak reklame di kota batam itu sendiri.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian obyek untuk diambil dari keseluruhan obyek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Convenience Sampling*. Metode *Convenience Sampling* istilah umum yang mencakup variasi luasnya prosedur pemilihan responden. *Convenience Sampling*, berarti unit sampel yang ditarik mudah dihubungi tidak menyusahkan, mudah untuk mengukur dan bersifat kooperatif (Hamid, 2010). Metode *Convenience Sampling* merupakan metode memilih sampel dari elemen populasi (orang atau kejadian) yang datanya mudah diperoleh oleh peneliti dengan elemen populasi tidak terbatas sehingga peneliti memiliki kebebasan untuk memilih sampel yang paling cepat dan murah.

Teknik pengumpulan sampel, dari berbagai rumus yang ditawarkan para ahli beberapa diantaranya menganut tingkat toleransi atau kesalahan dalam bentuk persentase yang disebut juga taraf kesalahan, seperti mengungkapkan batas kesalahan dalam sampel, yakni sebagai berikut :

Teknik pengukuran sampel disini merupakan langkah yang diambil untuk menentukan jumlah sampel yang diambil dari populasi, para ahli menawarkan beberapa rumusan dalam pengukuran sampel, dan teknik pengukuran sampel dari beberapa ahli, salah satunya adalah menurut slovin.

Populasi dalam penelitian ini wajib pajak reklame yang terdaftar di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Batam tahun 2017 sebanyak 679 wajib pajak. Sampel penelitian ini adalah 252 wajib pajak reklame yang diperoleh dari hasil rumus Slovin (Husein, 2008)

Dalam penelitian ini, metode menggunakan metode Slovin dalam pengambilan sampel sehingga jumlah sampel dihitung dengan rumus seperti dibawah ini:

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

Rumus 3.1
Metode Slovin

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = populasi

e = Sampling error, dalam penelitian ini e = 0,05 atau 5%

Maka dengan menggunakan rumus diatas, jumlah sampel dari populasi wajib pajak reklame kota batam tahun 2017 yang akan digunakan dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{679}{(1 + 679 (0,05)^2)}$$

$$n = 251,71/252 \text{ (dibulatkan)}$$

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian yaitu dengan penelitian kepustakaan (*library research*) dan penelitian lapangan (*field research*).

3.4.1 Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Perpustakaan adalah tempat untuk mencari kerangka referensi dan landasan teori baik dalam buku, peraturan – peraturan, jurnal – jurnal ilmiah, skripsi, yang relevan dengan ide penelitian termasuk dari media internet yang kemudian

menjadi dasar kriteria dalam membahas masalah yang ditemukan dalam penelitian dan kemudian diolah kembali.

3.4.2 Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Data empiris yang diperlukan dalam penelitian diperoleh dengan teknik – teknik sebagai berikut :

3.4.2.1 Angket (Kuesioner)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Selanjutnya untuk pernyataan-pernyataan tersebut akan ditentukan skornya atas jawaban yang diberikan.

Pada penelitian ini yang menjadi subyek penelitian di Kantor Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Batam. Data penelitian ini dikumpulkan melalui metode survey yaitu metode pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan tertulis. Data penelitian ini dikumpulkan dengan mengirimkan kuesioner. Koesioner didistribusikan langsung pada wajib pajak reklame kemudian diolah sesuai yang telah ditentukan.

3.5 Metode Analisi Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumen. Analisis data dalam penelitian kuantitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai dilapangan. Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrument dalam kuesioner harus diuji kualitas

datanya atau syarat penting yang berlaku dalam kuesioner seperti keharusan suatu kuesioner untuk normal, valid atau reliabel.

Dalam mencapai tujuan dari penelitian ini, data yang telah dikumpulkan oleh penulis, kemudian diolah dan dianalisis dengan bantuan komputer, pengolahan dan penganalisis data didalam penelitian ini menggunakan program analisis statistik data yaitu SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 23. SPSS merupakan suatu program untuk membantu melakukan pengelolaan suatu data dan analisi data statistik.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan statistik data berupa mean, sum, standar deviasi, variance, ange dan lain-lain, dan untuk mengukur distribusi data apakah normal atau tidak dengan ukuran skewness dan kurtosis (Priyatno, 2012).

Analisis deskriptif adalah analisis yang dipakai untuk mendeskripsikan karakteristik daerah penelitian responden dan distribusi masing-masing variabel. Data yang telah dikumpulkan kemudian diedit dan ditabulasikan dalam tabel kemudian data diolah dalam bentuk angka dan persentase untuk didistribusikan masing-masing variabel, tabulasi menyajikan ringkasan, pengetahuan, dan menyusun data dalam bentuk numerik atau angka.

3.5.2 Uji Kualitas Data

Dalam penelitian ini, uji kualitas data dilakukan dengan uji validitas data dan uji realibilitas data, yaitu sebagai berikut:

3.5.2.1 Uji Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas menunjukkan sejauh mana perbedaan yang didapatkan melalui alat pengukur mencerminkan perbedaan yang sesungguhnya diantara responden yang diteliti. Pengujian untuk membuktikan valid dan tidaknya item-item kuesioner dapat dilakukan dengan melihat angka kuesioner korelasi *Pearson Product Moment*. *Pearson Product Moment* yaitu dengan cara menghitung korelasi antar lain yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan.

Dalam menentukan kelayakan dan tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien pada taraf 0,05. Artinya suatu item dianggap memiliki tingkat keberterimaan atau valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total item. Berikut tabel yang menggambarkan range validitas:

Tabel 3.4
Validitas Data

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,588	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Wibowo (2012)

Besaran nilai koefisien Korelasi *Product Moment* dapat diperoleh dengan rumus seperti dibawah ini:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

**Rumus 3.2 Validitas
Korelasi Product Moment**

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi

y = Skor Item

x = Skor total dari x

n = Jumlah banyaknya subyek

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur apakah suatu instrument reliable, suatu pengukur dikatakan reliable (dapat diandalkan) jika dapat dipercaya. Supaya dapat dipercaya, maka hasil dari pengukuran harus akurat dan konsisten. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subyek yang sama dan diperoleh hasil yang tidak berbeda (Jogiyanto, 2010).

Menurut Wibowo (2012), Reliabilitas dapat berarti indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau tidak, uji ini digunakan untuk mengetahui san mengukur tingkat konsistensi alat ukur. Untuk mengukur reabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$ dan dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Rumus 3.3
Reabilitas Tes Objektif

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian pada butir

σ_t^2 = Varian total

Uji reabilitas juga dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai r -hitung dengan t -tabel, nilai uji dilakukan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikan sebesar 0,05. Cara membandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas berikut ini (Wibowo, 2012):

Tabel 3.5
Koefisien Reabilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	<0,29	Sangat rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,00	Sangat tinggi

Sumber: Wibowo, (2012)

Syarat uji regresi dan korelasi adalah data harus memenuhi prinsip *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil yang umum, atau *Ordinary Least Square* merupakan suatu model

regresi yang dapat memberikan nilai estimasi atau prakiraan *linier* tidak bias yang paling baik.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji ini dilakukan guna mengetahui apakah nilai residual yang teliti memiliki nilai distribusikan normal atau tidak. Nilai residu yang terdistribusi normal akan membentuk suatu kurva, jika digambarkan akan berbentuk lonceng, bell shaped.

Menurut Priyatno (2012), uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusikan secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal *P-P Plot of regression standardized residual* atau dengan uji One Sample Kolmogorov Smirnov.

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Salah satu untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas ini adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. Batas nilai VIF adalah 10 dan T adalah 0,10. Apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerance (T)* lebih dari 0,1 dan kurang atau sama dengan 1 berarti terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, jika

diketahui nilai VIF lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* (T) kurang dari 0,1 dan lebih dari 1 berarti terjadi multikolinearitas.

3.5.3.3 Uji Heteroskedasitas

Suatu model dikatakan memiliki masalah heteroskedasitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam yang tidak sama. Gejala ini dapat pula diartikan bahwa dalam model terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi tersebut. Uji heteroskedasitas berfungsi untuk menguji ada tidaknya gejala ini. Untuk melakukan uji tersebut ada beberapa metode yang dapat digunakan, misalnya metode barlet dan Rank Spearman atau uji spearman's rho, metode grafik Park Glayser (Wibowo, 2012)

Dalam penelitian ini, uji heteroskedasitas dilakukan dengan menggunakan metode grafik Park Glayser dengan cara mengolerasikan nilai absolute residualnya dengan masing-masing variabel independen. Jika hasil nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi lebih besar dari nilai alpha-nya (0,05), maka model tidak mengalami masalah heteroskedastisitas (Wibowo, 2012).

3.5.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol). Dalam statistik sebuah hasil bisa dikatakan signifikan secara statistik jika kejadian tersebut hampir tidak mungkin disebabkan oleh faktor yang kebetulan, sesuai dengan batas probabilitas yang sudah ditentukan sebelumnya. Uji hipotesis kadang disebut juga "konfirmasi analisis data". Keputusan dari uji hipotesis hampir selalu dibuat berdasarkan pengujian hipotesis nol. Ini adalah

pengujian untuk menjawab pertanyaan yang mengasumsikan hipotesis nol adalah benar.

3.5.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi linier berganda adalah analisis regresi yang menjelaskan hubungan antara peubah respon (variabel dependen) dengan faktor-faktor yang mempengaruhi lebih dari satu prediktor (variabel independen). Pada regresi linier berganda variabel bebasnya lebih dari satu variabel penduga. Tujuan analisis regresi linier berganda adalah untuk mengukur intensitas hubungan antara dua variabel atau lebih dan membuat prediksi perkiraan nilai Y atas X .

Didalam penggunaan analisis ini beberapa hal yang bisa dibuktikan adalah bentuk dan arah hubungan yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen, serta dapat mengetahui nilai estimasi atau prediksi nilai dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya.

Adapun regrasi linier berganda dinotasikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Rumus 3.4
Analisis Regresi Linier Berganda

Keterangan:

Y = Kepatuhan membayar pajak

a = Nilai konstanta

b = Nilai koefisien regresi

x_1 = Kesadaran wajib pajak

x_2 = Sanksi perpajakan

e = Error

3.5.4.2 Uji t

Uji t (Persial) digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel indenpenden berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang dipakai yaitu 0,05. Sedangkan untuk mengukur tingkat signifikansi dari uji t ini ukurannya jika signifikansi kurang dari 0,05. Maka ada pengaruh secara persial antara variabel indenpenden terhadap variabel dependen (Priyatno, 2012).

HO : $\beta = 0$: Tidak ada pengaruh variabel bebas kesadaran wajib pajak (X_1), sanksi perpajakan (X_2) secara parsial terhadap variabel terkait kepatuhan membayar pajak reklame (Y).

HO : $\beta \neq 0$: Terdapat pengaruh variabel bebas kesadaran wajib pajak (X_1), sanksi perpajakan (X_2), secara parsial terhadap variabel terikat kepatuhan membayar pajak relame (Y).

Kriteria pengujian uji t yaitu:

- Jika t hitung < t tabel atau (-t) hitung > (-t) tabel H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Jika t hitung > t tabel atau (-t) hitung < (-t) tabel H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Nilai sig < a (0,05) H_0 ditolak dan H_a diterima
- Nilai sig > a (0,05) H_0 diterima dan H_a ditolak.

Adapun menurut sugiyono (2014), rumus uji t yaitu sebagai berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{n - k - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Rumus 3.5
Uji t

Keterangan:

r = Koefisien korelasi parsial

k = Jumlah variabel indenpenden

n = Banyaknya sampel

3.5.4.3 Uji F

Uji F (simultan) digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel indenpenden berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi uji F yaitu 0,05. Jika signifikansi kurang dari 0,05 maka ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel indenpenden terhadap variabel dependen (Priyatno, 2012).

HO : $\beta < 0$: Tidak ada pengaruh variabel bebas tingkat kesadaran (X_1), sanksi perpajakan (X_2) secara simultan terhadap variabel terikat kepatuhan membayar pajak reklame (Y).

HO : $\beta > 0$: Adanya pengaruh variabel bebas kesadaran wajib pajak (X_1), sanksi perpajakan (X_2), secara simultan terhadap variabel dependen terikat kepatuhan membayar pajak reklame (Y).

Kriteria pengujian uji F yaitu:

- F hitung < F tabel, H_0 diterima dan H_a ditolak.
- F hitung > F tabel, H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Nilai sig < a (0,05) H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Nilai sig > a (0,05) H_0 diterima dan H_a ditolak.

Adapun menurut Sugiyono (2014), rumus uji F yaitu sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Rumus 3.6
Uji F

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kantor Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Batam. Dimana untuk mengetahui seberapa jauh mana tingkat kepatuhan wajib pajak dalam menanggapi pengaruh kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Kota Batam. Penelitian dilaksanakan menggunakan *one shot time horizon*, yaitu penelitian dilakukan dalam satu waktu tertentu.

Adapun jadwal yang telah ditentukan supaya penelitian ini dapat selesai tepat waktu, penulis menggunakan waktu tiga bulan dalam menyelesaikan penelitian ini. Kegiatan ini di mulai dari bulan April 2018 sampai dengan September 2018, seperti tabel dibawah ini:

Tabel 3.6
Jadwal Penelitian

Nama Kegiatan	Apr				Mei				Jun				Jul				Ags				Sep	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Observasi dan Stusi Keperustakaan	■																					
Penentuan Judul		■	■																			
Penentuan Proposal (BAB I)				■	■	■	■															
Penelitian Lapangan					■	■	■	■	■	■	■	■										
Pengolahan Data												■	■	■	■							
Pembuatan Laporan Penelitian																	■	■				
Pemeriksaan Laporan Penelitian																			■	■		
Presentari Penelitian																					■	■

Sumber: Kegiatan Penelitian 2018