

# **PERSEPSI WAJIB PAJAK TERHADAP KONSULTAN PAJAK DAN PREFERENSI WAJIB PAJAK DALAM MEMILIH KONSULTAN PAJAK : HONEST CONSULTANT, CREATIVE CONSULTANT, DAN CAUTIOUS CONSULTANT**

**Lusiana Sutanto dan Elisa Tjondro**

Program Akuntansi Pajak Program Studi Akuntansi Universitas Kristen Petra

## **ABSTRAK**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pemahaman wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan yang harus dipenuhi, pihak – pihak yang membantu wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, persepsi wajib pajak terhadap tipe konsultan pajak : *honest consultant*, *creative consultant*, dan *cautious consultant* dan korelasi antara persepsi wajib pajak terhadap konsultan pajak dengan preferensi wajib pajak dalam memilih konsultan pajak. Data diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden yang merupakan wajib pajak orang pribadi yang memiliki usaha sendiri dan menggunakan jasa konsultan pajak di Surabaya pada tahun 2012 – 2014. Sebanyak 125 kuesioner kembali dan dapat diolah. Dengan menggunakan Pearson Product Moment Correlation, hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi positif kuat antara persepsi dan preferensi wajib pajak dalam menggunakan jasa konsultan pajak. Semakin meningkatnya nilai persepsi wajib pajak terhadap konsultan pajak, maka akan meningkatkan nilai preferensi wajib pajak terhadap konsultan pajak.

Kata Kunci : pengetahuan pajak, persepsi wajib pajak, preferensi wajib pajak, konsultan pajak.

## **ABSTRACT**

The purpose of this study was to know the understanding of taxpayers to tax obligations that must be met, the parties that assist taxpayers in meeting their tax obligations , the taxpayer 's perception of the type of tax consultant : *honest consultant*, *creative consultant*, and *cautious consultant*, and the correlation between the perception of the tax consultant taxpayers with the preferences of taxpayers in choosing a tax consultant . Data were obtained from questionnaires completed by respondents who were individual taxpayers who own their own business and used the tax consultant services in Surabaya in 2012-2014 . A total of 125 questionnaires were returned and could be processed . By using the Pearson Product Moment Correlation, the results showed a positive correlation between the perceptions and preferences of the taxpayers in using the services of tax consultant. The increasing value of the perception of the taxpayers to the tax consultant, it increased the value of the preference of taxpayer to the tax consultants .

**Keyword** : *tax knowledge, perception taxpayer, taxpayer preferences, tax consultant.*

## PENDAHULUAN

Indonesia memiliki sistem perpajakan dengan kompleksitas yang tinggi baik dari banyaknya jumlah peraturan perpajakan yang berlaku dan pembaruan peraturan yang cukup sering dilakukan dari waktu ke waktu. Hal ini semakin menyulitkan wajib pajak dalam mengikuti perkembangan peraturan pajak dan memenuhi kewajiban perpajakannya (Gargalas dan Lehman, 2010). Alternatif yang seringkali menjadi pilihan bagi wajib pajak adalah dengan menggunakan jasa konsultan pajak yang dapat membantu wajib pajak dalam melaksanakan hak dan memenuhi kewajibannya di bidang perpajakan sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku. Dengan sistem *Self Assesment* yang diterapkan di Indonesia cukup menyulitkan wajib pajak dalam menjalankan hal – hal tersebut sehingga wajib pajak membutuhkan pihak lain yang dinilai lebih mengetahui dan memahami secara jelas tata cara pelaksanaan kewajiban perpajakan. Salah satu pihak yang dinilai lebih memahami dan mendalami tata cara pelaksanaan kewajiban perpajakan adalah konsultan pajak.

Saat ini banyak wajib pajak orang pribadi yang menggunakan jasa konsultan pajak dan wajib pajak dituntut untuk selektif dalam memilih konsultan pajak yang baik dengan memperhatikan kriteria yang dibutuhkan, yaitu legalitas, kompetensi dan etika. Menurut Direktur Jenderal Pajak Kementerian Keuangan Fuad Rahmany (2013) Tugas konsultan pajak bukan untuk berhadapan dengan pemerintah dan membela wajib pajak. Filosofinya, konsultan pajak bagian dari pemerintah yang membantu masyarakat untuk memenuhi kewajiban dengan benar. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa wajib pajak, wajib pajak menggunakan konsultan pajak dengan berbagai tujuan, beberapa diantaranya untuk

mengurangi persepsi atas kompleksitas dan ketidakpastian hukum perpajakan, menghemat waktu dalam menangani urusan administrasi perpajakan, dan terkadang untuk mencari “jalur abu-abu” dalam suatu aturan hukum perpajakan yang telah ditetapkan. Berdasarkan hal – hal tersebut, pengetahuan dan keahlian yang dimiliki oleh konsultan pajak diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya ataupun hal sebaliknya yang dapat menyebabkan kerugian negara dalam hal penerimaan pajak.

Penelitian mengenai hal tersebut telah dilakukan oleh Sakurai dan *Braithwaite* di Australia (2001) yang menjelaskan bahwa kepatuhan wajib pajak dengan penghasilan tinggi dipengaruhi oleh peran konsultan pajak yang membantu wajib pajak tersebut. Dalam penelitian tersebut disebutkan bahwa dalam praktik di lapangan terdapat 3 tipe konsultan pajak yaitu *Creative Consultant*, *Honest Consultant*, dan *Cautios Consultant*. *Creative Consultant* adalah tipe konsultan pajak yang agresif dalam perencanaan pajak untuk klien yang membutuhkan. Konsultan pajak tipe ini memiliki jaringan (*networking*) yang luas dan dapat menangani permasalahan yang dialami oleh wajib pajak dalam menyelesaikan kewajiban perpajakannya. *Honest Consultant* adalah tipe konsultan pajak yang patuh terhadap peraturan dan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Dalam bekerja, konsultan pajak ini bersikap jujur atas segala tindakan yang dilakukan dan tidak mengambil resiko untuk kebutuhan kliennya. *Cautios Consultant* adalah konsultan pajak yang berusaha dalam meminimalkan pajak yang harus dibayarkan oleh wajib pajak. Konsultan pajak tersebut mencari celah dari suatu peraturan perundang-undangan (*grey area*). Penelitian ini membuktikan bahwa di Australia tipe konsultan yang lebih memenuhi

kriteria yang diinginkan oleh wajib pajak adalah *honest consultant* karena dapat memotivasi wajib pajak dalam mematuhi undang – undang perpajakan.

Dengan adanya 3 tipe konsultan pajak tersebut maka wajib pajak saat ini memiliki persepsi masing - masing dalam hal menggunakan konsultan pajak. Wajib pajak akan dihadapkan pada 2 pilihan yaitu apakah wajib pajak dalam melakukan kewajiban perpajakan akan mengikuti peraturan yang berlaku dengan konsultan pajak yang lurus atau melakukan cara lain dalam melaksanakan kewajiban perpajakan dengan konsultan pajak yang dapat diajak bekerja sama.

### **Pengetahuan Pajak**

Pengetahuan pajak dapat dilihat dari pemahaman wajib pajak terhadap hal – hal yang perlu diperhatikan dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya seperti cara pelaksanaannya, apa yang dikenakan, tarif pajak yang dikenakan, cara penghitungan dan cara pelaporannya. Menurut Veronica Carolina (2009) Pengetahuan pajak adalah suatu informasi pajak yang digunakan oleh wajib pajak sebagai acuan dalam bertindak, mengambil keputusan, dan untuk menempuh arah atau strategi tertentu sehubungan dengan pemenuhan hak dan kewajiban di bidang perpajakan. Semakin tinggi pengetahuan dan wawasan yang dimiliki oleh wajib pajak maka akan berdampak pada sikap kritis wajib pajak terhadap penerapan hukum perpajakan yang berlaku. Semakin rendah pengetahuan perpajakan yang wajib pajak miliki akan membuat wajib pajak cenderung ragu – ragu dalam menjalani kewajiban perpajakannya.

Pengetahuan pajak secara umum dapat dilihat dari beberapa hal yaitu hak dan kewajiban wajib pajak, PP Nomor 46 Tahun 2013 tentang PPH atas penghasilan dari usaha yang diterima atau

diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu, PMK RI Nomor 162/PMK.011/2012 tentang kenaikan PTKP, dan tarif pajak progresif.

### **Pihak – Pihak yang Membantu Wajib Pajak**

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sakurai dan Braitwaite (2001), disebutkan bahwa wajib pajak dalam menyiapkan restitusi dibantu oleh pihak – pihak seperti keluarga, teman dekat, agen pajak, mitra kerja, suatu asosiasi, pihak dari kantor pajak ataupun salah satu dari karyawan/pegawai wajib pajak tersebut.

Relasi Sosial merupakan hubungan sosial atau hubungan antar sesama yang merupakan hasil dari interaksi yang antara dua orang atau lebih. Relasi sosial juga dapat diartikan sebagai hubungan timbal balik antar individu satu dengan yang lainnya dengan sifat saling mempengaruhi. Relasi Sosial terbagi atas dua yaitu keluarga dan pihak selain keluarga. Pihak selain keluarga terdiri dari pertemanan, pernikahan, hubungan dengan rekan bisnis, asosiasi atau perkumpulan, karyawan, ataupun dengan pihak – pihak lainnya. Pada penelitian Sakurai dan Braithwaite (2001) menunjukkan bahwa sebesar 77% wajib pajak lebih mengandalkan pihak di luar keluarga tepatnya *Tax Agents*.

### **Karakteristik Konsultan Pajak sesuai dengan Persepsi Wajib Pajak**

Konsultan pajak dapat membantu meringankan beban pajak yang harus dibayarkan oleh wajib pajak dengan tidak melanggar aturan perpajakan dengan cara melakukan *Tax Avoidance*. Menurut Prijohandojo Kristanto (2009), konsultan pajak dapat menjalankan tugas secara profesional tanpa mendapat tuduhan konsultan pajak “nakal” dengan lima prasyarat yaitu memahami aturan

perpajakan dan peraturan lainnya, menentukan tujuan dilakukannya tax planning, memahami karakteristik usaha wajib pajak, memahami tingkat kewajaran dan mengetahui bidang akuntansi dan proses bisnis.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sakurai dan Braithwaite (2001) persepsi wajib pajak dinilai penting dikarenakan 2 alasan yaitu : Pertama, adanya perdebatan yang seringkali berfokus pada permasalahan apakah praktisi pajak yang mendorong wajib pajak berada di wilayah "grey area" atau wajib pajak yang menuntut konsultan pajak untuk mencari solusi di antara "grey area". Kedua, timbulnya kebutuhan wajib pajak akan konsultan pajak. Apabila wajib pajak merasa yakin dengan sistem self assesment yang dilakukan sendiri maka ketergantungan wajib pajak terhadap konsultan pajak akan lebih mengarah ke arah kenyamanan. Dalam praktek di lapangan, konsultan pajak terbagi atas 3 tipe yaitu *Creative Consultant*, *Honest Consultant*, dan *Cautious Consultant*. Pembagian ini dilakukan dengan melihat sistem kerja konsultan pajak yang memiliki perbedaan antara satu dengan yang lainnya.

*Creative consultant* merupakan tipe konsultan pajak yang memiliki perencanaan pajak yang agresif untuk klien. Perhitungan pajak yang agresif adalah perhitungan jumlah pajak yang dibayarkan secara tepat jumlahnya dengan mengurangi kewajiban perpajakan wajib pajak tersebut melalui pencarian celah dalam peraturan perundang – undangan. Ciri yang mendasar dari tipe konsultan pajak ini adalah memiliki jaringan networking yang luas dan dapat membantu wajib pajak dalam menyelesaikan permasalahan yang dialami terutama apabila berhubungan dengan aparat pajak. *Creative consultant* biasa digunakan oleh klien yang berani mengambil resiko atau *risk taker*.

*Honest Consultant* merupakan tipe konsultan pajak yang memiliki integritas tinggi pada aturan – aturan perpajakan yang berlaku dengan bersikap jujur atas semua tindakan yang dilakukan. Konsultan pajak tipe ini menghindari resiko atas tindakan yang dilakukan dan hanya membantu wajib pajak terkait dengan sesuatu yang benar – benar sesuai dengan peraturan. *Honest consultant* merupakan tipe konsultan yang banyak digunakan oleh wajib pajak yang memiliki pengetahuan perpajakan yang tinggi terutama di luar negeri dimana pajak merupakan sesuatu kewajiban prioritas yang harus dilaksanakan.

*Cautious Consultant* merupakan tipe konsultan yang berada di antara *Creative Consultant* dan *Honest Consultant* dimana *cautious consultant* diidentifikasi sebagai pihak yang dapat meminimalkan pajak yang harus wajib pajak bayarkan dengan cara mengeksplorasi kebijakan dari daerah abu – abu hukum (*grey area*). *Cautious Consultant* seringkali disamakan dengan *Creative Consultant* namun dengan cara kerja yang memperhatikan segala aspek.

Berdasarkan 3 tipe konsultan pajak yaitu *honest consultant*, *creative consultant*, dan *cautious consultant* dapat ditemukan kombinasi antara *honest consultant* dengan *cautious consultant*, *creative consultant* dengan *cautious consultant* dan gabungan dari ketiga tipe konsultan pajak tersebut. Tipe gabungan antara *honest consultant* dengan *cautious consultant* merupakan tipe konsultan yang menurut wajib pajak terkait perpajakan tetap menganggap bahwa kewajiban perpajakan merupakan hal yang harus dilakukan sebagai warga negara atas penghasilan yang didapatkan. Namun, apabila konsultan pajak yang digunakan dapat membantu wajib pajak dalam mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan dan tidak melanggar undang – undang perpajakan maka hal tersebut dapat dilakukan. Dalam hal ini wajib pajak tetap

memenuhi kewajiban sebagai warga negara namun tidak sepenuhnya akan benar – benar membayar sesuai pajak yang terutang. Tipe gabungan antara *creative consultant* dengan *cautious consultant* merupakan tipe konsultan dimana konsultan pajak merupakan pihak yang dapat membantu wajib pajak dalam mengecilkan jumlah pajak yang dibayarkan namun dengan cara mencari celah dalam peraturan perpajakan sebisa mungkin untuk dapat mengurangi kewajiban dalam pembayaran pajak. Tipe gabungan terakhir yaitu ketiga tipe konsultan pajak adalah tipe konsultan pajak yang menurut wajib pajak mempersepsikan tidak memperdulikan apapun gambaran dari seorang konsultan pajak dan ketiga tipe konsultan pajak tersebut memang terdapat di lapangan saat menjalankan tugas. Wajib pajak tersebut lebih mementingkan hasil akhir yang dicapai oleh konsultan pajak yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh klien mereka.

### **Hubungan Persepsi wajib pajak dengan Preferensi Wajib Pajak terhadap Konsultan Pajak**

Penelitian yang dilakukan merupakan replika dari penelitian yang dilakukan oleh Sakurai dan Braithwaite (2001) di Australia dengan judul “*Taxpayers’ Perceptions Of The Ideal Tax Adviser: Playing Safe or Saving Dollars?*”. Dalam penelitian tersebut meneliti mengenai pengetahuan pajak yang dimiliki oleh wajib pajak di Australia seputar pengetahuan umum yang dimiliki terkait dengan sistem *self-assessment*. Dengan pemahaman wajib pajak yang tinggi maupun rendah, wajib pajak tetap meminta bantuan pihak lain dalam membantu pelaksanaan kewajiban perpajakan salah satunya adalah konsultan pajak. Wajib pajak yang menggunakan jasa konsultan pajak memiliki

persepsi masing – masing terhadap tipe konsultan pajak yang digunakan.

Sakurai dan Braithwaite yang meneliti tentang 3 tipe Konsultan Pajak yaitu *Creative Consultant*, *Honest Consultant*, dan *Cautious Consultant* menyatakan bahwa tipe konsultan pajak yang paling banyak dipilih adalah *Honest Consultant* karena konsultan pajak yang jujur dan dapat membantu wajib pajak dalam mematuhi peraturan merupakan hal yang paling penting bagi wajib pajak. Adanya 3 tipe konsultan pajak tersebut dikarenakan adanya tuntutan dari setiap pihak kepada konsultan pajak yaitu dari otoritas pajak yang mengutamakan konsultan pajak berperan dalam penegakan hukum dan bagi wajib pajak yang mengutamakan konsultan pajak membantu dalam meminimalkan pajak yang harus dibayarkan, dan asosiasi konsultan pajak yang mengutamakan setiap konsultan pajak menaati pedoman etika dalam menjalankan praktek untuk menjaga reputasi profesi.

Menurut Umar (2009), apabila dikaitkan dengan persepsi, preferensi adalah tindakan atas pilihan dalam suatu stimulus yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal sedangkan persepsi merupakan proses pemahaman terhadap stimulus. Persepsi dapat menimbulkan reaksi penolakan atau penerimaan tergantung pada tingkat pemahaman individu terhadap suatu stimulus dan preferensi dapat menimbulkan reaksi penolakan atau penerimaan berdasarkan pilihan – pilihan prioritas yang dipengaruhi oleh faktor eksternal ataupun internal. Persepsi wajib pajak dalam keterkaitannya dengan preferensi wajib pajak terhadap konsultan pajak dapat memiliki hubungan positif yaitu persepsi wajib pajak sesuai dengan preferensi wajib pajak ataupun hubungan negatif yaitu persepsi wajib pajak tidak sesuai dengan preferensi wajib pajak terhadap konsultan pajak. Berdasarkan

pernyataan dan penelitian sebelumnya, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  : Persepsi Wajib Pajak tidak memiliki hubungan dengan preferensi wajib pajak terhadap konsultan pajak.

$H_1$  : Persepsi Wajib Pajak memiliki hubungan dengan preferensi wajib pajak terhadap konsultan pajak.

### METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan penelitian asosiatif. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk memberikan gambaran kepada peneliti terkait objek dari suatu fenomena yang berada di unit analisis. Penelitian asosiatif yang dilakukan untuk menghubungkan antara dua variabel atau lebih yang tidak saling mengikat. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam variabel terdapat hubungan interaktif atau timbal balik antar variabel sehingga tidak dapat ditentukan variabel terikat dan variabel bebas.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel Persepsi dan variabel preferensi wajib pajak.

Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden.

Populasi dari penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi yang memiliki usaha yang menggunakan jasa konsultan pajak. Pengambilan sampel dengan menggunakan *simple random sampling*.

Skala pengukuran yang dilakukan dengan Skala Likert dengan 4 poin. Instrumen yang digunakan untuk mengukur semua variabel berjumlah 21 item pertanyaan. Sebelum menganalisis data akan diuji validitas dan

reliabilitas. Menurut Sugiyono (2010), suatu variabel dikatakan valid dengan menggunakan *bivariate pearson* apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan reliabel dengan menggunakan *alpha cronbach*  $>$  0,60. Metode statistik yang digunakan dalam menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah dengan *Pearson Correlation Product Moment* dengan menggunakan *software SPSS edisi 19*.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner yang disebarkan kepada responden. Berdasarkan hasil pengumpulan data, kuesioner yang terkumpul sebanyak 125 kuesioner.

Analisa Karakteristik responden didapatkan dari hasil tabulasi data yang dikumpulkan. Dari 125 responden sebanyak 91 orang (72,8%) responden adalah laki – laki, 80 orang (64%) berusia 50 – 60 tahun, 63 orang (50,4%) menempuh pendidikan terakhir di bangku SMA, 95 orang (76%) memiliki usaha wiraswasta di bidang perdagangan, dan 104 orang (83,2%) memiliki omzet  $\leq$  Rp 4,8 M. Gambaran profil responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Deskriptif Profil Responden

Deskripsi	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin		
- Laki – Laki	91	72,8%
- Perempuan	34	27,2%
Usia		
- 20 – 40 tahun	45	36%
- 50 – 60 tahun	80	64%
Pendidikan Terakhir		
- SD – SMP	14	11,2%
- SMA	63	50,4%
- S1 – S2	48	38,4%
Bidang Usaha Responden		

- Jasa	12	9,6%
- Perdagangan	95	76%
- Manufaktur	18	14,4%
Omzet Usaha Responden		
- ≤ Rp 4,8 M	104	83,2%
- > Rp 4,8 M	21	16,8%

Dalam mengukur tinggi atau rendahnya pengetahuan pajak WPOP, dilakukan dengan memberikan pertanyaan seputar pengetahuan pajak secara umum. Dari 9 pernyataan yang dijawab 125 responden menghasilkan rata – rata 78,04% yang menjawab “ya” pada pernyataan dan 21,96% menjawab “tidak”. Hal ini menunjukkan bahwa rata – rata pengetahuan pajak secara umum yang dimiliki oleh WPOP di Surabaya cukup tinggi.

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan diketahui bahwa rata rata wajib pajak yang memiliki pengetahuan pajak yang tinggi ataupun rendah tetap mengandalkan pihak lain untuk membantu mereka dalam menangani kewajiban perpajakannya. Pihak yang paling banyak membantu WPOP adalah konsultan pajak dengan persentase 62,2%. Setelah konsultan pajak, pihak yang membantu wajib pajak adalah keluarga, rekan kerja, karyawan kantor pajak, karyawan atau pegawai, kekasih atau tunangan, tetangga atau sahabat.

Tabel 2. Tabel Persepsi Wajib Pajak terhadap Konsultan Pajak

No	KETERANGAN	JUMLAH
1.	<i>Honest</i>	22
2.	<i>Honest &amp; Cautious</i>	50
3.	<i>Cautious &amp; Creative</i>	14
4.	<i>Creative</i>	8
5.	<i>Honest, Creative &amp; Cautious</i>	31
<b>Total</b>		<b>125</b>

Tabel 3. Tabel Preferensi Wajib Pajak terhadap Konsultan Pajak

No	KETERANGAN	JUMLAH
1.	<i>Honest Consultant</i>	51
2.	<i>Cautious Consultant</i>	70
3.	<i>Creative Consultant</i>	4
<b>Total</b>		<b>125</b>

Dari tabel di atas diketahui bahwa untuk persepsi wajib pajak terbagi atas 5 kategori yang menghasilkan jumlah tertinggi untuk wajib pajak yang memilih *honest* dan *cautious consultant* dengan jumlah responden sebanyak 50 orang (40%) , ketiga tipe konsultan pajak tersebut sebanyak 31 responden (24,8%), *honest consultant* sebanyak 22 responden (17,6%), *cautious* dan *creative* sebanyak 14 responden (11,2%) dan *creative consultant* sebanyak 8 responden (6,4%).

Untuk tabel preferensi wajib pajak dalam memilih konsultan pajak tersebut dibagi menjadi 2 kategori yaitu *honest consultant* dan *cautious consultant* dengan hasil untuk yang memilih *honest consultant* sebanyak 51 responden (40,8%) dan untuk *cautious consultant* sebanyak 70 responden (56%). *Creative consultant* memiliki jumlah yang sangat kecil yaitu hanya 4 responden (3,2%) dari 125 responden.

Penelitian yang dilakukan telah memenuhi uji normalitas dan uji linearitas sebelum melakukan analisa korelasi *pearson product moment*.

Tabel 4. Korelasi *Pearson Product Moment*

	Xtotal	Ytotal
Xtotal Pearson Correlation	1	,610
Sig. (2 tailed)		,000
N	125	125
Ytotal Pearson Correlation	,610	1

Sig. (2 tailed)	,000	
N	125	125

\*\*Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Ket : Xtotal = Persepsi Wajib Pajak

Ytotal = Preferensi Wajib Pajak

Berdasarkan tabel 4 diatas, maka angka output sebesar 0,610 yang berarti terdapat korelasi positif pada persepsi dan preferensi wajib pajak. Angka tersebut juga menunjukkan korelasi yang kuat karena berada di rentang antara 0,60 – 0,799. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hubungan yang terjadi antara Persepsi wajib pajak terhadap Konsultan pajak dengan Preferensi wajib pajak terhadap konsultan pajak adalah Korelasi kuat. Pada angka 0,610 tidak terdapat tanda (-) yang menunjukkan bahwa Korelasi tersebut memiliki pola positif ataupun searah sehingga apabila semakin tinggi persepsi wajib pajak terhadap konsultan pajak maka semakin tinggi pula Preferensi wajib pajak terhadap konsultan pajak yang sesuai.

Dalam pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai *Sig.(2-tailed)* dengan cara uji dua sisi untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antara dua variabel. Dengan menggunakan  $\alpha = 0,05$ , berarti apabila dilakukan uji dua sisi maka  $0,05/2 = 0,025$  sehingga apabila Probabilitas  $> 0,025$  maka  $H_0$  diterima dan apabila Probabilitas  $< 0,025$  maka  $H_0$  ditolak. Nilai *Sig.(2-tailed)* sebesar  $0,000 < 0,025$  menghasilkan kesimpulan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara Persepsi Wajib Pajak dengan Preferensi Wajib Pajak terhadap konsultan pajak

Tabel 5. Korelasi Persepsi dan Preferensi terhadap 3 tipe konsultan pajak

	Y1	Y2	Y3
X1 Pearson Correlation	,418	,372	,381

Sig.(2-tailed)	,000	,000	,000
N	125	125	125

X2 Pearson Correlation ,281 ,477 ,293

Sig.(2-tailed) ,002 ,000 ,001

N 125 125 125

X3 Pearson Correlation ,259 ,332 ,438

Sig.(2-tailed) ,004 ,000 ,000

N 125 125 125

\*\*Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Ket :

X1 = Persepsi Wajib Pajak (*Honest Consultant*)

X2 = Persepsi Wajib Pajak (*Creative Consultant*)

X3 = Persepsi Wajib Pajak (*Cautious Consultant*)

Y1 = Preferensi Wajib Pajak (*Honest Consultant*)

Y2 = Preferensi Wajib Pajak (*Creative Consultant*)

Y3 = Preferensi Wajib Pajak (*Cautious Consultant*)

Pada tabel korelasi untuk setiap persepsi dan preferensi, semua data telah signifikan dan terdapat nilai untuk setiap korelasi antara persepsi dan preferensi, berikut penjelasan untuk tabel tersebut :

a. Pada korelasi antara persepsi wajib pajak untuk *honest consultant* dengan preferensi terhadap 3 tipe konsultan pajak lainnya menunjukkan angka 0,418; 0,372; 0,381. Angka tersebut menunjukkan bahwa pada persepsi *honest consultant* dengan preferensi *honest consultant* terdapat korelasi yang tinggi yaitu 0,418 dibandingkan dengan preferensi 2 tipe konsultan pajak lainnya yang memiliki korelasi sebesar 0,372 dengan *creative consultant* dan 0,381 dengan *cautious consultant*.

- b. Untuk korelasi antara persepsi *creative consultant* dengan preferensi terhadap 3 tipe konsultan pajak menunjukkan angka 0,281; 0,477; 0,293. Angka tersebut menunjukkan bahwa pada persepsi *creative consultant* dengan preferensi wajib pajak terhadap *creative consultant* terdapat korelasi yang tinggi sebesar 0,477 dibandingkan dengan preferensi wajib pajak terhadap 2 tipe konsultan pajak lainnya yang memiliki korelasi 0,293 untuk *cautious consultant* dan 0,281 untuk *honest consultant*.
- c. Untuk korelasi antara persepsi *cautious consultant* dengan preferensi terhadap 3 tipe konsultan pajak menunjukkan angka 0,259; 0,332; 0,438. Angka tersebut menunjukkan bahwa untuk persepsi *cautious consultant* dengan preferensi wajib pajak terhadap *cautious consultant* terdapat nilai korelasi yang tinggi sebesar 0,438 dibandingkan dengan preferensi wajib pajak terhadap 2 tipe konsultan pajak lainnya yang memiliki nilai korelasi 0,332 untuk *creative consultant* dan 0,259 untuk *honest consultant*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sakurai dan Braithwaite (2001) terkait dengan pengetahuan pajak yang dimiliki oleh wajib pajak adalah wajib pajak merasa yakin dengan kompetensi mereka terhadap pengetahuan pajak yang dimiliki. Pengetahuan pajak dalam penelitian yang dilakukan oleh Mohd Rizal Palil (2010), dipengaruhi oleh tingkat pendidikan yang memberikan kontribusi terbesar terhadap pemahaman tentang perpajakan terkait dengan hukum dan peraturan perpajakan. Dengan adanya sistem *self assesment* yang diberlakukan di Australia, wajib pajak sadar mereka tidak mengetahui secara rinci terkait dengan hal – hal perpajakan dan mereka mengetahui untuk meminta

pihak yang dianggap mampu dalam membantu mereka.

Hasil yang didapatkan dari penelitian terhadap wajib pajak di Surabaya adalah pengetahuan umum tentang perpajakan yang dimiliki masyarakat Surabaya cukup tinggi yaitu sekitar 78%. Dengan sistem *self assesment* yang diterapkan di Indonesia dan didukung dengan pengetahuan perpajakan yang dimiliki oleh setiap wajib pajak, wajib pajak seringkali tetap meminta bantuan pihak lain yang dinilai lebih memahami dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan. Hal ini dikarenakan wajib pajak merasa tidak sepenuhnya memahami hal – hal mendetail terkait perpajakan dan terkadang meragukan pemahaman pajak yang diketahui.

Penelitian yang dilakukan oleh Sakurai dan Braithwaite (2001) wajib pajak lebih banyak dalam mengandalkan pihak luar (selain keluarga) untuk membantu mereka dalam pelaksanaan kewajiban perpajakannya. Pihak yang paling banyak dipilih oleh wajib pajak ini adalah konsultan pajak/*tax agents* karena merupakan pihak yang lebih dipercaya dibandingkan pihak lainnya. Perbedaan terlihat jelas antara jumlah wajib pajak yang memilih konsultan pajak (77%) dengan karyawan kantor pajak (6,5%). Penelitian yang dilakukan oleh Hite dan McGill (1992) di USA menunjukkan bahwa wajib pajak yang telah memilih konsultan pajak akan terus menggunakan jasa konsultan pajak dalam hal – hal yang terkait perpajakan.

Penelitian yang dilakukan di Surabaya berfokus pada wajib pajak orang pribadi yang memiliki usaha sendiri dan menggunakan jasa konsultan pajak sehingga 125 jumlah responden memilih konsultan pajak dan pihak lainnya yang mungkin membantu mereka dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan. Data yang berhasil dikumpulkan menunjukkan sebesar 62,2%

menggunakan konsultan pajak, 12,4% memilih bantuan dari keluarga, dan untuk karyawan kantor pajak cukup rendah yaitu sebesar 8,5%. Hal ini dikarenakan wajib pajak menilai konsultan pajak lebih menguasai seluk beluk perpajakan dan dapat secara psikologi mengerti kondisi usaha klien sehingga dapat lebih memenuhi apa yang diinginkan klien dibandingkan dengan karyawan kantor pajak yang berada di pihak pemerintah untuk mengoptimalkan pembayaran pajak wajib pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh Sakurai dan Braithwaite (2001) berisikan tentang tipe – tipe konsultan pajak yaitu *Creative Consultant*, *Honest Consultant* dan *Cautious Consultant*. Berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden, responden terbagi menjadi 5 kategori terkait dengan persepsi wajib pajak terhadap konsultan pajak yaitu *Honest*, *Honest & Cautious*, *Cautious & Creative*, *Creative*, *Honest*, *Creative & Cautious*. Berdasarkan 5 kategori tersebut, maka dapat dibagi ke dalam 2 kelompok besar yaitu:

1. *Honest* dan *Honest & Cautious*
2. *Cautious & Creative*, *Creative* dan *Honest*,  
*Creative & Cautious*

Bagi wajib pajak yang termasuk dalam kelompok 1 maka hal tersebut dapat diinterpretasikan dikarenakan hal tersebut :

a. Wajib pajak menganut *Value Based Consulting* dalam menggunakan konsultan pajak. *Value Based Consulting* merupakan tipe konsultasi yang berfokus pada proses dan hasil yang dilakukan oleh konsultan pajak. Wajib pajak sebagai klien turut serta dalam diskusi dengan konsultan pajak dalam menyelesaikan kebutuhan wajib pajak.

Bagi wajib pajak yang termasuk dalam kelompok 2 maka dapat diinterpretasikan dikarenakan hal tersebut :

a. Wajib pajak tersebut menganut *task based consulting* dalam menggunakan konsultan pajak. *Task based consulting* merupakan praktek konsultasi yang berfokus pada tugas yang diberikan oleh klien kepada konsultan pajak. Dalam hal ini wajib pajak selaku klien hanya sedikit atau bahkan sama sekali tidak turut campur. Klien hanya memfokuskan hasil akhir yang sesuai dengan keinginan klien dan tidak memperdulikan proses yang dilakukan oleh konsultan pajak tersebut.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sakurai dan Braithwaite (2001) menyatakan bahwa antara persepsi dan preferensi memiliki hubungan yang sesuai yaitu bagi wajib pajak yang memilih *tax agents* yang dapat meminimalkan pajak menemukan *tax agent (Cautious Consultant)* yang mencari celah untuk dapat meminimalkan pajak yang harus dibayarkan klien mereka. Hasil yang didapatkan dari penelitian tersebut sesuai yaitu persepsi wajib pajak yang menyukai *honest consultant* sesuai dengan preferensi wajib pajak dalam memilih *honest consultant*. Wajib pajak di Australia menyatakan bahwa memilih konsultan pajak yang jujur merupakan hal yang terpenting dalam menilai seseorang dalam melakukan profesionalismenya. Penelitian yang dilakukan oleh Hite dan McGill (1992) di USA juga menunjukkan hasil bahwa wajib pajak di Amerika juga lebih banyak memilih untuk menggunakan *Cautious Consultant* dibandingkan dengan *Creative Consultant*. Penelitian tersebut berisikan tentang preferensi wajib pajak dalam memilih saran yang diberikan oleh konsultan pajak mereka. Wajib pajak cenderung tidak akan menggunakan konsultan pajak apabila diberikan saran terkait dengan penghindaran pajak. Terjadi perbedaan

pandangan antara apa yang diinginkan wajib pajak dengan apa yang disarankan oleh konsultan pajak yang digunakan. Penelitian yang sama dilakukan oleh Wade (2009) yaitu wajib pajak lebih menginginkan *cautious consultant* daripada *creative consultant* karena wajib pajak memilih untuk menghindari dilakukannya audit apabila menggunakan *creative consultant*. Apabila wajib pajak dilakukan audit oleh kantor pajak, maka wajib pajak akan menganggap bahwa konsultan pajak yang mereka gunakan telah gagal dan akan mencari konsultan pajak pengganti.

Dalam hasil penelitian yang dilakukan hubungan antara Persepsi dan Preferensi memiliki korelasi yang positif kuat yaitu apabila semakin tinggi Persepsi wajib pajak dalam memilih konsultan pajak maka akan semakin tinggi preferensi wajib pajak dalam memilih konsultan pajak.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sakurai dan Braithwaite (2001) menghasilkan korelasi positif yang tinggi dimana wajib pajak menggunakan wajib pajak sesuai dengan apa yang sebelumnya telah dipersepsikan. Korelasi yang kuat terjadi karena terdapat persamaan antara persepsi dengan preferensi wajib pajak terhadap konsultan pajak yang digunakan. Responden dibedakan menjadi 2 kelompok yaitu responden yang memilih *honest consultant* dan responden yang memilih *creative consultant* dan *cautious consultant*. Responden yang persepsinya memilih *honest consultant* cenderung akan memilih *honest consultant* dan untuk responden yang memilih *creative consultant* dan *cautious consultant* cenderung akan memilih *cautious consultant*. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel preferensi wajib pajak dimana jumlah responden yang memilih *cautious consultant* lebih banyak dibandingkan dengan responden yang memilih *creative consultant*.

Responden yang terkait persepsi dan preferensi memilih *honest consultant* menganut *value based consulting* yaitu wajib pajak selaku klien dari konsultan pajak akan mengetahui proses yang dilakukan oleh konsultan pajak hingga hasil akhir dalam menangani kebutuhan wajib pajak terkait dengan perpajakan. wajib pajak akan terlibat dalam diskusi dengan konsultan pajak dalam menentukan solusi yang harus digunakan sehingga wajib pajak juga akan semakin mengerti terkait kelemahan dan kelebihan dari perlakuan perpajakan yang digunakan. Responden yang memilih 1 tipe konsultan pajak berarti responden tersebut memiliki kepercayaan terhadap tipe konsultan pajak yang diinginkan. Kepercayaan tersebut selalu dikaitkan dengan partisipasi dari konsultan pajak dalam membantu kliennya sesuai dengan cara kerja yang dilakukan.

Responden yang pada persepsi konsultan pajak memilih *creative consultant* dan *cautious consultant* cenderung memilih (preferensi) *cautious consultant*. Wajib pajak yang memilih *cautious consultant* menganut *task based consulting* karena wajib pajak selaku klien tidak turut serta dalam proses seperti yang dilakukan oleh klien yang menganut *value based consulting*. Konsultan pajak hanya berperan sebagai tenaga ahli yang diperlukan sebatas pengetahuan dan pengalaman mereka saat bekerja di lapangan. Responden yang memilih dua (2) tipe konsultan pajak biasanya tidak memperdulikan tentang pandangan terhadap personalitas yang dimiliki oleh konsultan pajak tersebut dan lebih mementingkan hasil sesuai dengan apa yang diinginkan oleh klien.

Persepsi wajib pajak yang memilih *creative consultant* dan *cautious consultant* cenderung memilih *cautious consultant* terkait preferensi konsultan pajak. Walaupun ada responden yang memilih *creative consultant* namun lebih banyak responden yang memilih *cautious*

*consultant*. Hal ini dikarenakan masyarakat semakin takut dikenakan sanksi perpajakan yang sangat besar apabila melakukan penghindaran pajak dan meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayarkan. Banyaknya kasus – kasus terkait perpajakan yang melibatkan masyarakat Indonesia dalam 4 tahun terakhir (2009 – 2012) menurut *news.detik.com* ( 5 Agustus 2013) menimpa wajib pajak badan sebanyak 68 kasus, wajib pajak bendaharawan 14 kasus dan wajib pajak orang pribadi 10 kasus. Dari 92 kasus tersebut, 69 kasus telah divonis dengan putusan penjara dan denda pidana sebesar 4,3 triliun. Kasus yang menimpa wajib pajak tersebut adalah kasus faktur pajak fiktif yang tidak hanya dapat terjadi pada wajib pajak badan namun juga dapat terjadi pada wajib pajak orang pribadi.

Wajib pajak yang melakukan penghindaran pembayaran pajak juga dapat dikenakan sanksi berupa denda, bunga atau kenaikan apabila dilakukan pemeriksaan oleh DJP. Sanksi administrasi berupa denda dapat mencapai 150% dari jumlah pajak yang kurang dibayar, berupa kenaikan dapat mencapai 100% dari kekurangan pembayaran pada SKPKBT dan berupa bunga sebesar 2% perbulan dari jumlah pajak yang tidak/kurang dibayarkan. Hal ini tertera dalam UU KUP No.28/2007 pasal 7, 8, 9, 13, 14, 15, 19, 25, 27, 38-39, 41 dan 43 terkait sanksi – sanksi perpajakan.

Pengetahuan Pajak yang dimiliki oleh wajib pajak juga secara tidak langsung berhubungan dengan korelasi antara persepsi dan preferensi wajib pajak dalam memilih konsultan pajak. Pengetahuan pajak memiliki andil yang cukup besar dalam menumbuhkan sikap positif terkait pelaksanaan kewajiban perpajakan. Di luar negeri seperti Australia, kantor pajak menyediakan mobil yang rotasi untuk menjelaskan informasi

tentang pajak. Pengetahuan pajak berhubungan erat. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, wajib pajak yang memilih *Honest Consultant* adalah wajib pajak yang telah memahami peraturan pajak akan berpikiran bahwa lebih baik membayar pajak secara benar jumlahnya daripada nantinya akan terkena sanksi pajak yang lebih besar. Pengetahuan pajak masyarakat Indonesia semakin meningkat karena adanya kasus – kasus yang menjerat para petugas pajak sehingga wajib pajak semakin mengetahui tentang sistem perpajakan yang diterapkan di Indonesia. Pengetahuan perpajakan juga dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dari responden, semakin tinggi jenjang pendidikan yang ditempuh oleh wajib pajak akan berpengaruh pada kemampuan wajib pajak dalam mengikuti perkembangan yang terjadi salah satunya adalah perpajakan. Tingkat pendidikan tidak memiliki keterkaitan dengan persepsi dan preferensi wajib pajak dalam memilih konsultan pajak dan hanya berpengaruh pada pengetahuan perpajakan wajib pajak. Pengetahuan pajak juga dapat diperoleh dari acara sosialisasi perpajakan yang seringkali diadakan oleh universitas ataupun kantor pelayanan pajak di Surabaya. Pengetahuan pajak yang dimiliki oleh wajib pajak secara umum dapat berpengaruh terhadap persepsi yang dibangun sehingga persepsi inilah yang akan memiliki hubungan dengan preferensi wajib pajak dalam memilih konsultan pajak yang membantu wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban sebagai warga negara.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari analisa dan pengujian pada bab – bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Persepsi wajib pajak terhadap pengetahuan perpajakan secara umum yang dimiliki cukup tinggi.
2. Pihak yang paling banyak membantu wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya adalah konsultan pajak, keluarga dan karyawan kantor pajak.
3. Persepsi wajib pajak terhadap tipe konsultan pajak terbagi atas 5 kelompok yaitu :
  - a. Wajib pajak yang memilih *honest*
  - b. Wajib pajak yang memilih *honest & cautious consultant*
  - c. Wajib pajak yang memilih *Cautious & Creative*,
  - d. Wajib pajak yang memilih *Creative*
  - e. Wajib pajak yang memilih *Honest, Creative & Cautious*
4. Persepsi wajib pajak terhadap konsultan pajak memiliki korelasi positif yang kuat dengan Preferensi wajib pajak terhadap konsultan pajak. Wajib pajak yang memilih *honest* ataupun *honest* dan *cautious* memiliki preferensi terhadap *honest consultant*. Wajib pajak yang memilih *cautious* dan *creative* ataupun ketiga tipe konsultan pajak memiliki preferensi terhadap *cautious consultant* dan wajib pajak yang memilih *creative consultant* memiliki preferensi terhadap *creative consultant*. Persepsi wajib pajak yang memilih persepsi *cautious* dan *creative* dan preferensi terhadap *cautious consultant* dikarenakan wajib pajak semakin takut dengan sanksi perpajakan yang dikenakan terhadap wajib pajak yang tertangkap kasus – kasus penghindaran pajak.

### Saran

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah peneliti disarankan untuk mencari tahu jumlah wajib pajak orang pribadi

yang menggunakan jasa konsultan pajak di Surabaya. Saat melakukan penelitian, peneliti kesulitan dalam menentukan jumlah sampel yang harus diambil karena ketidaktersediaan data di KPP terkait penelitian yang dilakukan. Sehingga dalam melakukan penyebaran angket/kuesioner harus terlebih dahulu mencari responden yang menggunakan konsultan pajak. Hal ini menyebabkan banyak waktu yang terbuang untuk menunggu respon dari responden. Apabila pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebaiknya disebar dan ditunggu hingga responden selesai mengisi sehingga apabila ada hal – hal yang tidak diketahui/dibingungkan oleh responden dapat dijelaskan langsung oleh peneliti.

### DAFTAR PUSTAKA

- Hite, Peggy A. & McGill, Gary A. (1992). *An Examination Of Taxpayer Preference For Aggressive Tax Advice*. National Tax Journal, Vol. 45, No.4, pp 389 - 403
- KMK Nomor 485/KM.03/2003. (2003). *Keputusan Menteri Keuangan tentang Konsultan Pajak Indonesia*.
- Kristanto, Prijohandojo. (2009). *Menjadi Konsultan Pajak Kelas Dunia*. Jakarta: Pustaka Utama
- Mardiasmo. (2013). *Perpajakan*. Yogyakarta : Andi Offset
- Maryati, Sri. (2009). *Faktor – faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat dalam Memilih Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) di Kota Semarang*. Tesis Program Pascasarjana Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota Universitas Diponegoro
- Membangun Kesadaran dan Kepedulian Sukarela Wajib Pajak. (2012). Pajak.go.id. Senin 9 Januari 2012

- Nazir, Nazmel. (2010). Pengaruh Pengetahuan Pajak dan Sistem Administrasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi dan Keuangan Publik* Vol. 5 no.2 pp 85 -100
- PMK RI Nomor 162/PMK.011/2012 (2012). *Peraturan Menteri Keuangan Tentang Kenaikan PTKP.*
- PP No.46 Tahun 2013 (2013). *Peraturan Pemerintah tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.*
- Robb, Dean. (2006). *Principle and Value Based Consulting.* Center for Corporate Renewal.
- Rosidi & Baridwan, Zaki. (2012). *Determinan Pembuatan Keputusan Etis Konsultan Pajak.* Tesis Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Sakurai, Yuka & Braithwaite, Valerie. (2001). *Taxpayers' Perceptions of The Ideal Tax Adviser : Playing Safe or Saving Dollars?.* Working Paper No. 5
- Sarwono, Jonathan. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS.* Jakarta : Elex Media Komputindo
- Sugiyono. (2007) . *Metode Penelitian Administrasi.* Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian bisnis (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D).* Bandung: CV. Alfabeta.
- Supeno, Hadi. (2011). *Dampak Kesesuaian Persepsi Klien Terhadap Jasa Pelayanan Konsultan Pajak Pengaruhnya Terhadap Kinerja Konsultan Pajak.* Media Mahardhika Vol.10 No.1, September
- Tugas Konsultan Pajak Bukan untuk Berhadapan dengan Pemerintah. (2013). [Investor.co.id](http://Investor.co.id). Senin, 23 September 2013
- Wade, Stacy & Stephenson, Teresa. (2009). *Do Taxpayers Want Less Aggressive Returns.* The CPA Journal, February 2009.