

PENGARUH PEMANFAATAN APLIKASI E-SPT MASA PPN TERHADAP TINGKAT KEPATUHAN WAJIB PAJAK

(Studi pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Surabaya Genteng)

Nani Kharisma

Kertahadi

Siti Ragil Handayani

Program Studi Perpajakan

Jurusan Administrasi Bisnis

Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya

Malang

Email : nanikharisma@gmail.com

Abstract

The purpose of this research is to know and analyze simultaneously the influence and effect of partially between the perspective of Taxpayer (X1), The readiness of technology(X2), public services (X3), and socialization model (X4) toward tax compliance and to know the dominant variable between the free against taxpayer compliance rate to variables is not as free. This research was conducted by explanatory research with quantitative approach. The amount of Taxpayer population is 3.565 that based on Taxpayer who have reported monthly Tax Return by using e-VAT return period since January until June 2013 at Tax Office Surabaya Genteng which was taken by Accidental Sampling technique with amount questionnaire 97 taxpayers who reported the e-VAT return period. The Data Analysis that was used in this research is descriptive analysis, and multiple linear regressions to the hypothesis test using f test and t tes. The result of this research are those kind of variable that consist of the perspective of Taxpayer (X1), The readiness of technology(X2), public services (X3),and socialization model (X4) are influenced significantly toward Taxpayer compliance (Y) both simultaneously and partially. The variable of Taxpayer perspective is dominant variable that affect to the Taxpayer Compliance.

Keyword : Montly E-SPT of VAT, the perspective of Taxpayer ,The readiness of technology, public services and socialization model, Taxpayer Compliance

PENDAHULUAN

Negara Republik Indonesia mengalami perkembangan teknologi informasi, sebagai Warga Negara Indonesia, dituntut untuk selalu berkembang baik dari segi politik, ekonomi, sosial, budaya, hukum dan aspek-aspek lainnya. Tidak terkecuali lembaga pemerintah juga turut melakukan perubahan dan pengembangan sistem teknologi informasi, salah satu lembaga pemerintah yang melakukan perubahan dan pengembangan secara rutin ialah Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Salah satu langkah DJP dalam perubahan dan pengembangan sistem

teknologi ialah melakukan modernisasi perpajakan di segala bidang dengan pengembangan aplikasi perpajakan.

Berdasarkan pendapat (Rahayu, 2010:109) sebagai berikut :

Tujuan DJP dalam modernisasi pajak adalah untuk menerapkan *good government* dan pelayanan prima kepada masyarakat. *Good government* merupakan penerapan sistem administrasi perpajakan yang transparan, dan akuntabel, dengan memanfaatkan

system informasi teknologi yang handal dan terkini.

Selain itu modernisasi perpajakan yang dilakukan oleh DJP telah menghasilkan beberapa kemudahan kepada Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya, salah satunya dengan menerapkan sistem komputerisasi dalam setiap pekerjaan yang ada dalam kantor pelayanan pajak. Sistem tersebut menghasilkan aplikasi komputer yang dapat memudahkan bagi wajib pajak maupun petugas pajak dalam melaksanakan kewajibannya. Aplikasi-aplikasi tersebut adalah kunci dari perbaikan birokrasi yang sebelumnya menyusahkan wajib pajak. Oleh karena itu, perbaikan awal yang perlu dilakukan DJP menurut Rahayu (2010:121-122) :

Perbaikan *business process*, yang mencakup metode, sistem, dan prosedur kerja. Untuk itu, perbaikan *business process* merupakan pilar penting dalam penerapan program modernisasi DJP, yang mana program tersebut diarahkan pada penerapan *full automation* dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Di samping itu, fungsi pengawasan internal akan lebih efektif dengan adanya *built-in control system*, karena siapapun dapat mengawasi bergulirnya proses administrasi melalui sistem yang ada.

Berikut adalah langkah dalam *business process* menurut Rahayu (2010:122) :

Langkah awal perbaikan dalam *business process* adalah penulisan dan dokumentasi *Standard Operating Procedures* (SOP) untuk setiap kegiatan di seluruh unit DJP. Selain penulisan *Standard Operating Procedures* SOP, perbaikan *business process* yang perlu dilakukan antara lain membuat suatu aplikasi-aplikasi komputer untuk memudahkan kinerja pegawai dalam melayani Wajib Pajak secara optimal dan untuk wajib pajak berguna dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya

antara lain adalah dengan penerapan *e-system* (Sistem Elektronik).

Produk *e-system* yang diterapkan oleh DJP sebagai bentuk dari modernisasi perpajakan ialah dengan dibukanya fasilitas *e-registration* (pendaftaran NPWP secara online melalui internet), *e-SPT* (penyerahan SPT dalam media digital, *e-filing* (pengiriman SPT secara *online* melalui internet), dan *e-payment* (fasilitas pembayaran *online* untuk PBB). Produk *e-system* terus melakukan perbaikan dan pembaharuan salah satunya adalah *e-SPT*. *E-SPT* merupakan suatu strategi yang dilakukan DJP untuk mempermudah wajib pajak dalam pelaporan SPT, mempermudah dalam pelayanan, efisien dalam penyimpanan data wajib pajak. Berdasarkan pada diterbitkannya Peraturan Direktur Jendral Pajak Nomor: PER-6/PJ/2009 khususnya pasal 3 ayat 1(a) adalah penyampaian Surat Pemberitahuan secara *e-SPT* wajib pajak dapat menyampaikan langsung atau melalui pos/perusahaan jasa ekspedisi/kurir, yang dikirimkan adalah formulir induk SPT Masa dan/atau SPT Tahunan hasil cetakan *e-SPT* yang telah ditandatangani dan file data SPT yang tersimpan dalam bentuk elektronik serta dokumen lain yang wajib dilampirkan. Sesuai pernyataan di atas peneliti ingin meninjau lebih khusus pada pemanfaatan aplikasi *e-SPT* Masa Pajak Pertambahan Nilai, dimana dalam penerapan aplikasi ini diharapkan dapat mempermudah kinerja pegawai pajak dan mempermudah Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Penelitian ini juga melakukan pembatasan pada KPP Pratama Surabaya Genteng yang terletak di pusat kota Surabaya yang sebagian besar merupakan wilayah perkantoran dan pertokoan serta pemukiman padat penduduk, dari sini dapat diketahui bahwa sektor perdagangan, industri dan kegiatan jasa adalah sektor yang menonjol dan strategis berpengaruh besar terhadap wilayah ini terutama sosial ekonomi dan bidang-bidang lainnya. Berikut jumlah pelaporan wajib pajak pengguna *e-SPT* Masa PPN dan pelaporan SPT masa PPN secara manual di KPP Patama Surabaya Genteng adalah :

Tabel 1 Data Jumlah Pelaporan Wajib Pajak Pengguna SPT Masa PPN

Jenis Wajib Pajak	2010	2011	2012	Jan s.d. Juni 2013
Manual	11.885	9.524	5.233	3.771
e-SPT	650	3.086	4.716	3.565
Jumlah	12.535	12.610	12.949	7.336

Sumber: Diolah dari Pelaporan SPT Masa PPN Wajib Pajak KPP Pratama Surabaya Genteng, 6 Agustus 2013

Berdasarkan jumlah wajib pajak yang menyampaikan SPT Masa PPN sampai dengan juni 2013 dan sektor usaha yang menonjol sesuai dengan pernyataan diatas, KPP Pratama Surabaya Genteng memiliki potensi dalam peningkatan pelaporan pajak khususnya pada Pelaporan SPT Masa PPN dengan menggunakan e-SPT. Apalagi saat ini ditunjang dengan dikeluarkannya Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor : PER-10/PJ/2013 dimana dalam peraturan tersebut merupakan perubahan dari PER-45/PJ/2010 dan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor : PER-11/PJ/2013 dimana dalam peraturan tersebut merupakan perubahan dari PER-44/PJ/2010, dimana peraturan tersebut menjelaskan tentang kewajiban untuk wajib pajak dalam penyampaian SPT Masa PPN 1111 dan 1111 DM secara elektronik dengan persyaratan tertentu. Untuk memenuhi target penerimaan PPN, ada beberapa hal yang perlu dilakukan diantaranya adalah harus didukung oleh fasilitas-fasilitas pajak, dan kepatuhan wajib pajak dalam membayar dan memenuhi kewajiban perpajakannya. Pemanfaatan e-SPT dimaksudkan agar semua proses kerja dan pelayanan perpajakan berjalan dengan baik, lancar, akurat serta mempermudah wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya sehingga kepatuhan wajib pajak diharapkan akan meningkat.

Berdasarkan pernyataan di atas mendorong peneliti untuk meneliti lebih mendalam dan

membahasnya lebih lanjut. Oleh karena itu, dalam penulisan penelitian ini peneliti memilih judul “**Pengaruh Pemanfaatan Aplikasi e-SPT Masa PPN Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Wajib Pajak di KPP Pratama Surabaya Genteng)**”

TINJAUAN PUSTAKA

Persepsi Wajib Pajak

Rakhmat (2004:25) dalam Iprianto (2013:89) mendefinisikan “persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi yang menafsirkan pesan”. Berdasarkan pernyataan di atas makna persepsi wajib pajak adalah penafsiran wajib pajak terhadap pesan yang telah diberitahukan oleh Direktur Jenderal Pajak (DJP) dalam hal peraturan dan segala hal tentang pajak yang mana dapat berguna untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Kesiapan Teknologi

Kesiapan teknologi informasi juga mempengaruhi kemajuan pola pikir wajib pajak, artinya ketika wajib pajak tersebut siap untuk menerima teknologi yang baru berarti pemikiran wajib pajak tersebut semakin maju ini berarti wajib pajak bisa beradaptasi dengan teknologi yang setiap tahun semakin berkembang Desmayanti (2012:27)”.

Pelayanan

“Pelayanan fiskus dapat diartikan sebagai cara petugas pajak dalam membantu, mengurus, atau menyiapkan segala keperluan yang dibutuhkan seseorang yang dalam hal ini adalah wajib pajak (Jatmiko, 2006 dalam Winerungan, 2013:963)”.

Model Sosialisasi

Sedangkan menurut Basamalah (2007) juga disebutkan dalam Restiani (2011:17), “sosialisasi adalah sebagai suatu proses dimana orang-orang mempelajari sistem nilai, norma dan pola perilaku yang diharapkan oleh kelompok sebagai bentuk transformasi dari orang tersebut sebagai orang luar menjadi organisasi yang efektif”. Berdasarkan peraturan tersebut media informasi yang dapat digunakan dalam melakukan sosialisasi perpajakan meliputi media televisi, koran, spanduk, flyers (poster dan brosur), billboard/mini billboard, dan radio. Penyampaian

informasi tersebut sebaiknya menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan bukan secara teknis sesuai di dalam peraturan perundang-undangan perpajakan, sehingga informasi tersebut dapat diterima dengan baik oleh wajib pajak dan pemahaman akan peraturan perundang-undangan dapat diterima dan dilaksanakan dengan baik oleh wajib pajak.

Pengertian e-SPT

Pengertian *e-SPT* berdasarkan PER-6/PJ/2009 tentang Tata Cara Penyampaian Surat Pemberitahuan Dalam Bentuk Elektronik yaitu : “*e-SPT* adalah suatu data SPT Wajib Pajak dalam bentuk elektronik yang dibuat oleh Wajib Pajak dengan menggunakan aplikasi *e-SPT* yang disediakan oleh Direktorat Jenderal Pajak”. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian *E-SPT* adalah media penyampaian SPT beserta lampiran-lampirannya secara elektronik, media ini untuk memudahkan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

Dikecualikan penggunaan *e-SPT* Masa PPN

Berdasarkan PER-10/PJ/2013 dan PER-11/PJ/2013 yang mana diperjelas dalam Surat Edaran SE-18/PJ/2013 dan Surat Edaran SE-17/PJ/2013, Dikecualikan dari ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 2 (Setiap PKP wajib menyampaikan SPT Masa PPN dalam bentuk data elektronik), PKP orang pribadi yang:

- (a) Melaporkan tidak lebih dari 25 (dua puluh lima) dokumen (Faktur Pajak/dokumen tertentu yang kedudukannya dipersamakan dengan Faktur Pajak dan/atau Nota Retur/Nota Pembatalan) pada setiap Lampiran SPT dalam 1 (satu) Masa Pajak; dan
- (b) Jumlah seluruh penyerahan barang dan jasanya dalam 1 (satu) Masa Pajak kurang dari Rp400.000.000,00 (empat ratus ratus rupiah).

Berdasarkan kriteria diatas maka Wajib Pajak dapat menyampaikan SPT Masa PPN 1111 dalam bentuk formulir kertas (hard copy) atau dalam bentuk data elektronik.

Kepatuhan Perpajakan

Kepatuhan pajak, (Harjo, 2013:67) adalah “Suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya”. Fasilitas yang diberikan oleh Dirjen Pajak pada Wajib Pajak patuh (Rahayu, 2010:143) adalah :

- (1) Pemberian batas waktu penerbitan Surat Keputusan Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pajak (SKPPKP) paling lambat 3 bulan sejak permohonan kelebihan pembayaran pajak yang diajukan Wajib Pajak diterima untuk Pajak Penghasilan (PPh), dan 1 bulan untuk Pajak Pertambahan Nilai (PPN), tanpa melalui penelitian dan pemeriksaan oleh Dirjen pajak.
- (2) Adanya kebijakan percepatan penerbitan Surat Keputusan Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pajak (SKPPKP) menjadi paling lambat 2 bulan untuk PPh dan 7 hari untuk PPN.

HIPOTESIS

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara variabel Persepsi Wajib Pajak, Kesiapan Teknologi, Pelayanan, dan Model Sosialisasi terhadap tingkat kepatuhan atas diterapkannya PER-10/PJ/2013 dan PER-11/PJ/2013.
2. H_1 : Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Persepsi Wajib Pajak, Kesiapan Teknologi, Pelayanan, dan Model Sosialisasi terhadap tingkat kepatuhan atas diterapkannya PER-10/PJ/2013 dan PER-11/PJ/2013.
3. H_2 : Terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Persepsi Wajib Pajak, Kesiapan Teknologi, Pelayanan, dan Model Sosialisasi terhadap tingkat kepatuhan atas diterapkannya PER-10/PJ/2013 dan PER-11/PJ/2013.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sangarimbun dan Efendi (2006:5)“ *explanatory research* merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang telah ditentukan”. Sehingga, alasan peneliti menggunakan *explanatory research* adalah untuk menguji hipotesis dimana pengujian

tersebut untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih, dan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Populasi yang digunakan oleh peneliti adalah sejumlah 3.565 dari total wajib pajak yang melaporkan SPT Masa PPN dengan menggunakan *e-SPT* antara bulan Januari-Juni 2013 di KPP Pratama Surabaya Genteng dan teknik pengambilan sampelnya adalah *Accidental Sampling* dimana responden yang diambil oleh peneliti adalah responden yang melaporkan SPT Masa PPN dengan menggunakan *e-SPT*.

Teknik analisis data akan diolah dan dianalisis dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistic 21. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskripsi digunakan untuk menganalisis dan menjelaskan distribusi frekuensi jawaban responden (wajib pajak) dari hasil penyebaran kuesioner pada 97 wajib pajak yang melaporkan SPT Masa PPN dengan menggunakan *e-SPT*.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan sebagai syarat awal untuk mengetahui data yang diperoleh dari pembagian kuesioner tersebut bias atau tidak. Pengujian dalam penelitian ini dilakukan dengan tingkat α sebesar 10%.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

b. Uji Hipotesis

1) Uji f (Simultan)

Uji f digunakan untuk melakukan pengujian tingkat signifikansi pengaruh variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3 , X_4) secara keseluruhan terhadap variabel terikat (Y).

2) Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh parsial variabel

bebas (X_1 , X_2 , X_3 , X_4) secara keseluruhan terhadap variabel terikat (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang dilakukan untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan uji f dan uji t. Alat yang digunakan untuk melakukan analisis linier berganda dalam penelitian ini adalah program IBM SPSS Statistic 21. Berikut hasil rekapitulasi hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program IBM SPSS Statistic 21 yaitu :

Tabel 2 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Beta	t	Sig t	Ket
Konstanta	4,979	-	1,750	0,083	-
Persepsi Wajib Pajak (X_1)	0,357	0,339	4,562	0,000	Sig
Kesiapan Teknologi (X_2)	0,468	0,284	3,810	0,000	Sig
Pelayanan (X_3)	0,301	0,214	2,893	0,005	Sig
Model Sosialisasi (X_4)	0,429	0,334	4,536	0,000	Sig
R	= 0,740			F_{hitung}	= 27,827
R Square	= 0,547			Sig F	= 0,000
Adj R Square	= 0,528			α	= 10%
df regresi	= 4			N	= 97
df residual	= 92				

Sumber : Data diolah, 2013

Persamaan regresi berganda yang digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel adalah :

$$Y = 4,979 + 0,357X_1 + 0,468X_2 + 0,301X_3 + 0,429X_4$$

Interpretasi dari persamaan model regresi tersebut adalah :

1. Koefisien B (*Unstandardized Coefficient*) pada variabel persepsi wajib pajak (X_1) sebesar 0,357. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan persepsi wajib pajak (X_1) maka tingkat kepatuhan wajib pajak (Y) akan meningkat sebesar 0,357 satuan dengan menganggap variabel bebas yang lain konstan, sebaliknya apabila variabel persepsi wajib pajak (X_1) terjadi penurunan maka pada variabel tingkat kepatuhan wajib pajak (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,357.
2. Koefisien B (*Unstandardized Coefficient*) pada variabel kesiapan teknologi (X_2) sebesar 0,468. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan kesiapan teknologi (X_2) maka tingkat kepatuhan wajib pajak (Y) akan meningkat sebesar 0,468 satuan dengan menganggap variabel bebas yang lain konstan, sebaliknya apabila variabel kesiapan teknologi (X_2) terjadi penurunan maka pada variabel tingkat kepatuhan wajib pajak (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,468.
3. Koefisien B (*Unstandardized Coefficient*) pada variabel kesiapan teknologi (X_3) sebesar 0,301. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pelayanan (X_3) maka tingkat kepatuhan wajib pajak (Y) akan meningkat sebesar 0,301 satuan dengan menganggap variabel bebas yang lain konstan sebaliknya apabila variabel pelayanan (X_3) terjadi penurunan maka pada variabel tingkat kepatuhan wajib pajak (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,357.
4. Koefisien B (*Unstandardized Coefficient*) pada variabel model sosialisasi (X_4) sebesar 0,429. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan model sosialisasi maka

tingkat kepatuhan wajib pajak (Y) akan meningkat sebesar 0,429 satuan dengan menganggap variabel bebas yang lain konstan sebaliknya apabila variabel model sosialisasi (X_4) terjadi penurunan maka pada variabel tingkat kepatuhan wajib pajak (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,429.

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil rekapitulasi analisis regresi linier berganda, nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,740 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas yaitu variabel persepsi wajib pajak (X_1), variabel kesiapan teknologi (X_2), variabel Pelayanan (X_3), dan variabel model sosialisasi (X_4) terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Sedangkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,528, menunjukkan bahwa variasi nilai variabel *dependent* (Y) dapat dijelaskan pada persamaan regresi yang diperoleh sebesar 52,8% artinya variabel persepsi wajib pajak (X_1), variabel kesiapan teknologi (X_2), variabel Pelayanan (X_3), dan variabel model sosialisasi (X_4) mampu menjelaskan variasi perubahan variabel tingkat kepatuhan wajib pajak (Y) sebesar 52,8%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 47,2% dipengaruhi faktor-faktor lain di luar persamaan model regresi yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

b. Uji Hipotesis

1) Uji f (Simultan)

Hasil uji simultan atau uji f yang dilakukan pada variabel persepsi wajib pajak (X_1), kesiapan teknologi (X_2), Pelayanan (X_3), dan model sosialisasi (X_4) terhadap variabel kepatuhan wajib pajak (Y) dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar 27,872 dengan signifikansi F sebesar 0,000 ($p<0,1$) atau $F_{hitung}>F_{tabel}$ yaitu $27,872>2,006$ ($\alpha=0,1$; df regresi 4 ; df residual 92) hal ini menunjukkan H_0 ditolak. Jika H_0 ditolak maka hipotesis pertama bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel persepsi wajib pajak (X_1), variabel kesiapan teknologi (X_2), variabel Pelayanan (X_3), dan variabel model sosialisasi (X_4) terhadap variabel kepatuhan wajib pajak (Y) dapat diterima.

2) Uji t (Parsial)

Berdasarkan hasil uji t (parsial) dapat diketahui :

a) Variabel Persepsi Wajib Pajak (X_1)

Nilai statistik uji t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} ($4,552 > 1,662$) dan juga signifikansi (α) lebih kecil daripada 0,1 (10%). Kesimpulannya, variabel persepsi wajib pajak (X_1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel tingkat kepatuhan wajib pajak (Y).

- b) Variabel Kesiapan Teknologi (X_2)
Nilai statistik uji t_{hitung} tersebut lebih besar daripada t_{tabel} ($3,810 > 1,662$) dan juga signifikansi (α) lebih kecil daripada 0,1(10%). Kesimpulannya, variabel kesiapan teknologi (X_2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel tingkat kepatuhan wajib pajak (Y).
- c) Variabel Pelayanan (X_3)
Nilai statistik uji t_{hitung} tersebut lebih besar daripada t_{tabel} ($2,893 > 1,662$) dan juga signifikansi (α) lebih kecil daripada 0,1 (10%). Kesimpulannya, variabel pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel tingkat kepatuhan wajib pajak (Y).
- d) Variabel Model Sosialisasi (X_4)
Nilai statistik uji t_{hitung} tersebut lebih kecil daripada t_{tabel} ($4,536 > 1,662$) dan juga signifikansi (α) lebih besar daripada 0,1 (10%). Kesimpulannya, variabel model sosialisasi (X_4) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel tingkat kepatuhan wajib pajak (Y).

3) Uji Dominan

Berdasarkan *Standardized Koefisien Beta* pada uji t dapat diketahui bahwa variabel persepsi wajib pajak (X_1) adalah variabel yang memiliki koefisien regresi yang paling besar. Artinya variabel Y lebih banyak dipengaruhi oleh variabel persepsi wajib pajak (X_1) daripada variabel kesiapan teknologi (X_2), variabel pelayanan (X_3), variabel model sosialisasi (X_4).

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini mengenai pengaruh antara variabel persepsi wajib pajak (X_1), variabel kesiapan teknologi (X_2), variabel Pelayanan (X_3), dan variabel Model Sosialisasi (X_4)

terhadap variabel Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak (Y) atas diberlakukannya PER-10/PJ/2013 dan PER-11/PJ/2013 baik secara simultan maupun parsial studi pada wajib pajak di KPP Pratama Surabaya Genteng. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuesioner dengan sampel sebanyak 97 wajib pajak yang melaporkan SPT Masa PPN dengan menggunakan *e-SPT*. Pembahasan mengenai pengaruh variabel persepsi wajib pajak (X_1), variabel kesiapan teknologi (X_2), dan variabel pelayanan (X_3), variabel model sosialisasi (X_4) Terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh secara simultan antara variabel persepsi wajib pajak (X_1), variabel kesiapan teknologi (X_2), variabel Pelayanan (X_3), dan variabel Model Sosialisasi (X_4) terhadap variabel Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak (Y) atas diberlakukannya PER-10/PJ/2013 dan PER-11/PJ/2013.

Berdasarkan hasil analisis regresi dapat diperoleh bahwa antara variabel persepsi wajib pajak (X_1), variabel kesiapan teknologi (X_2), variabel pelayanan (X_3), dan variabel model sosialisasi (X_4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel tingkat kepatuhan wajib pajak (Y) dapat diterima. Jadi, ketika terjadi kenaikan satu satuan maka variabel bebas berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak sebesar 27,872. Hal ini dipengaruhi oleh Pertama, variabel persepsi wajib pajak dimana berdasarkan hasil kuesioner wajib pajak sangat setuju bahwa dengan mewajibkan penggunaan *E- SPT* Masa PPN merupakan salah satu bentuk peningkatan pelayanan dan kemudahan sistem administrasi KPP kepada wajib pajak. Hal ini harus ditunjang dengan kesiapan semua pihak dalam pemberlakuan peraturan tersebut. Kedua, Variabel Kesiapan Teknologi dimana variabel tersebut wajib pajak mayoritas setuju atas kurang tersedianya sarana, prasarana, serta kemampuan pegawai KPP dalam pelaksanaan PER

10/PJ/2013 dan PER 11/PJ/2013. Ketiga, variabel Pelayanan dimana variabel tersebut wajib pajak mayoritas setuju kalau sikap pegawai, jadwal pelayanan, sudah sesuai sedangkan penguasaan pengoperasian media elektronik oleh pegawai KPP masih diragukan dan jumlah pegawai yang kurang sehingga membuat wajib pajak masih ragu dalam penggunaan *e-SPT* Masa PPN.

Keempat, variabel model sosialisasi dimana variabel tersebut wajib pajak mayoritas setuju suasana selama sosialisasi berlangsung interaktif dan menyenangkan, serta kemampuan pegawai pajak dalam menjawab pertanyaan wajib pajak dapat dipahami dengan mudah oleh wajib pajak sedangkan metode sosialisasi yang digunakan terlalu biasa dan kurang inovatif, materi yang disampaikan susah dipahami oleh peserta sosialisasi dan dapat langsung diaplikasikan, waktu penyelenggaraan sosialisasi kurang efektif hal ini yang membuat wajib pajak tidak mau hadir dalam sosialisasi. Sesuai dengan pernyataan di atas sebaiknya ketika pemerintah menerapkan suatu peraturan pajak terbaru harus disesuaikan dengan kesiapan sumber daya manusia baik pegawai maupun masyarakat sebagai subyeknya dan kesiapan teknologi yang mendukungnya.

2. Pengaruh secara parsial antara variabel persepsi wajib pajak (X_1), variabel kesiapan teknologi (X_2), variabel Pelayanan (X_3), dan variabel Model Sosialisasi (X_4) terhadap variabel Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak (Y) atas diberlakukannya PER-10/PJ/2013 dan PER-11/PJ/2013.

a) Variabel Persepsi Wajib Pajak (X_1)

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh parsial pada variabel persepsi wajib pajak (X_1) terhadap variabel tingkat kepatuhan wajib pajak (Y). Hasil penelitian ini didukung dengan beberapa pendapat ahli antara lain Rakhmat (2004:25) dalam Iprianto (2013:89) mendefinisikan “persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi yang menafsirkan pesan”. Untuk itu dalam meningkatkan tingkat persepsi pajak atas pemanfaatan aplikasi *e-SPT* Masa PPN sebaiknya perlu dilakukan pendekatan secara intensif dan

secara rutin melakukan evaluasi tentang penerapan peraturan tersebut.

b) Variabel Kesiapan Teknologi (X_2)

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh parsial pada variabel kesiapan teknologi (X_2) terhadap variabel tingkat kepatuhan wajib pajak (Y). Penelitian ini didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Lai (2008) dalam Desmayanti (2012:28) “bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi kesiapan teknologi (*technology readiness*) yaitu keyakinan (*optimism*), inovasi (*innovativeness*), ketidaknyamanan (*discomfort*), dan ketidakamanan (*insecurity*”). Berdasarkan faktor tersebut untuk memaksimalkan kesiapan teknologi atas diterapkannya PER 10/PJ/2013 dan PER 11/PJ/2013 maka pihak DJP harus secara rutin melakukan evaluasi atas *system* aplikasi *e-SPT* Masa PPN untuk meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak.

c) Variabel Pelayanan (X_3)

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh parsial pada variabel pelayanan (X_3) terhadap variabel tingkat kepatuhan wajib pajak (Y). Hasil penelitian ini didukung dengan pendapat ahli antara lain Menurut Rahayu (2010:28) dalam (winerungan, 2013:963) menyatakan “Salah satu langkah penting yang harus dilakukan pemerintah sebagai wujud nyata kepedulian pada pentingnya kualitas pelayanan adalah memberikan pelayanan prima kepada wajib pajak dalam mengoptimalkan penerimaan negara”. Ketika pelayanan kepada wajib pajak dapat dioptimalkan maka tingkat kepatuhan wajib pajak bahkan tingkat pendapatan pajak pun akan meningkat.

d) Variabel Model Sosialisasi (X_4)

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh parsial pada variabel model sosialisasi (X_4) terhadap variabel tingkat kepatuhan wajib pajak (Y). Hasil penelitian ini didukung dengan pendapat ahli antara lain menurut Mustofa (2007) dalam Restiani (2011:17), “sosialisasi adalah suatu konsep umum yang dimaknakan sebagai proses dimana kita belajar melalui interaksi dengan orang lain, tentang cara berfikir, merasakan dan bertindak dimana kesemuanya itu merupakan hal-hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif”. Oleh karena itu, pihak DJP harus melakukan inovasi-

inovasi dalam model sosialisasi sehingga wajib pajak lebih mengerti dan memahami penerapan peraturan tersebut.

3. Variabel yang lebih dominan adalah variabel Persepsi wajib Pajak diantara variabel-variabel lain. Hal ini bisa didasari dari hasil analisis regresi linier berganda nilai *Standardized Koefisien Beta* yang dimiliki oleh variabel persepsi wajib pajak tertinggi dibandingkan dengan variabel bebas yang lainnya. Oleh karena itu persepsi wajib pajak merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi pemanfaatan aplikasi *e-SPT* Masa PPN.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Pemanfaatan Aplikasi *e-SPT* Masa PPN Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Wajib Pajak di KPP Pratama Surabaya Genteng, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) dari variabel persepsi wajib pajak (X_1), variabel kesiapan teknologi (X_2), variabel pelayanan (X_3), dan variabel model sosialisasi (X_4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel tingkat kepatuhan wajib pajak (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diterima.
2. Terdapat pengaruh secara parsial antara variabel persepsi wajib pajak (X_1), variabel kesiapan teknologi (X_2), variabel pelayanan (X_3), dan variabel model sosialisasi (X_4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel tingkat kepatuhan wajib pajak (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh secara parsial

variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diterima.

3. Variabel persepsi wajib pajak merupakan variabel yang dominan, hal ini dikarenakan berdasarkan *standardized Coefficients beta* variabel persepsi wajib pajak memiliki nilai yang tertinggi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan pada bab sebelumnya, maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Sisi DJP (Direktorat Jenderal Pajak) dan KPP Pratama Surabaya Genteng adalah KPP Pratama Surabaya Genteng dalam melakukan sosialisasi tidak hanya melakukan sosialisasi di tempat wajib pajak terdaftar tetapi bisa juga wajib pajak tanpa bisa datang ke KPP wajib pajak tersebut bisa memahami dengan mudah makna pemberlakuan peraturan tersebut dengan membuat tutorial cara penggunaan aplikasi *e-SPT* Masa PPN yang direkam dalam bentuk dvd atau cd.
2. Sisi Wajib Pajak adalah wajib pajak lebih aktif lagi dalam mengerti dan memahami tentang pemberlakuan peraturan perpajakan dan meluangkan waktu untuk mengikuti serangkaian kegiatan yang dilakukan KPP guna mempermudah wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakan.
3. Sisi Keilmuan adalah Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi para peneliti selanjutnya dan mengembangkan pengaruh pemanfaatan aplikasi *e-SPT* Masa PPN terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak.

DAFTAR PUSTAKA

Rahayu, Siti Kurnia. 2010. *Perpajakan Indonesia : Konsep & Aspek Formal*. Yogyakarta :

Graha Ilmu.

Iprianto. 2013. *Perbedaan Persepsi Wajib Pajak Perorangan Dan Wajib Pajak Tenaga Ahli Terhadap Pelaksanaan Self assessment System Di Kota Bengkulu*, 27(1): 89.

Desmayanti, Esy. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Fasilitas E-Filling Oleh Wajib Pajak Sebagai Sarana Penyampaian Spt Masa Secara Online Dan Realtime.*Skripsi* : Universitas Diponegoro.

Winerungan, Lidya Oktaviane. 2013. *Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan WPOP Di KPP Manado Dan KPP Bitung*, 1(3):960-970.

Restiani, Metti. 2011. Analisis Kualitas Pelayanan Pajak Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Formal Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cianjur. *Skripsi* : Fakultas Ekonomi Universitas Komputer, Bandung.

Harjo, Dwikora. 2013. *Perpajakan Indonesia (Sebagai Materi Perkuliahan di Perguruan Tinggi)*. Jakarta : Mitra Wacana Media.

Sangarimbun, Masri dan Efendi, Sofian. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.

PER-6/PJ/2009 Tentang Tata Cara Penyampaian Surat Pemberitahuan Dalam Bentuk Elektronik.

PER-11/PJ/2010 tentang Bentuk, Isi, Dan Tata Cara Pengisian Serta Penyampaian Surat Pemberitahuan Masa Pajak Pertambahan Nilai (SPT Masa PPN).

PER-10/PJ/2013 tentang Bentuk, Isi, Dan Tata Cara Pengisian Serta Penyampaian Surat Pemberitahuan Masa Pajak Pertambahan Nilai (SPT Masa PPN) Bagi Pengusaha Kena Pajak Yang Menggunakan Pedoman Penghitungan Pengkreditan Pajak Masukan.