

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman peraturan pajak terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak.
2. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak.
3. Untuk mengetahui pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan konsultan pajak terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak.

B. Objek dan Ruang Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah wajib pajak UMKM di wilayah Jakarta Timur. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemahaman peraturan pajak, motivasi, sosialisasi perpajakan, dan kualitas pelayanan konsultan pajak terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak pada wajib pajak UMKM di Wilayah Jakarta Timur. Penelitian ini dilakukan di PIK Pulogadung, Jalan Raya Penggilingan, Jakarta Timur 13940.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif kausal (sebab akibat) dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sangadji dan Sopiah (2010: 30) penelitian asosiatif kausal adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuan Penelitian asosiatif adalah melihat apakah ada pengaruh dan seberapa besar pengaruh dari sebab akibat atau dari variabel independen terhadap variabel dependennya. Sedangkan menurut Sugiyono (2010: 18) penelitian kuantitatif dalam melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti lebih bersifat sebab akibat (kausal), sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen (bebas) dan dependen (terikat).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa peneliti menggunakan metode penelitian tersebut untuk membuktikan adanya pengaruh antara pemahaman peraturan pajak (X1), Motivasi (X2), Sosialisasi Perpajakan (X3), dan Kualitas Pelayanan Konsultan Pajak (X4) terhadap Minat Dalam Menggunakan Jasa Konsultan Pajak Pada Wajib Pajak UMKM di Wilayah Jakarta Timur (Y).

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2004: 72) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Dengan demikian populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak UMKM yang berada di Wilayah PIK Pulogadung Jakarta Timur yaitu sekitar 126 unit.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2004:73). Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*, yaitu penarikan sampel berdasarkan keinginan peneliti sesuai dengan tujuan penelitian.

Sebelum menggunakan metode penentuan sampel diatas, agar ukuran sampel yang diambil dapat *representative*, maka terlebih dahulu dihitung dengan menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dengan penjelasan sebagai berikut:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan yang masih dalam batas toleransi, dalam penelitian ini menggunakan 5%

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa berdasarkan perhitungan rumus Slovin diatas, dengan menggunakan populasi sebanyak 126 maka akan didapat jumlah sampel sebanyak 96 untuk selanjutnya dilakukan penyebaran data kuesioner kepada responden dalam hal ini adalah wajib pajak UMKM yang berada di Wilayah PIK Pulogadung Jakarta Timur.

3. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner dalam bentuk serangkaian pertanyaan maupun pernyataan tertulis beserta alternatif jawaban bagi responden. Dari jawaban responden akan diperoleh pendapat dari wajib pajak UMKM selaku responden terkait dengan alasan- alasan mengapa responden berminat untuk menggunakan jasa konsultan pajak.

Berdasarkan metode pengumpulan data kuesioner tersebut, pertanyaan maupun pernyataan setiap butir dalam kuesioner diukur dengan menggunakan skala Likert yaitu 1 sampai 5 poin untuk skor terendah yaitu 1 dengan memberi tanda cek (v) atau tanda silang (x) pada kolom yang dipilih dan untuk skala tertinggi yaitu 5 dengan memberikan tanda yang sama seperti diatas. Kriteria poin yang digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan maupun pernyataan yang diajukan juga melalui metode Skala yang sering dipakai dalam penyusunan kuesioner yaitu skala likert. Pilihan skala likert pada penelitian ini dapat dilihat dengan pilihan sebagai berikut :

Tabel 3.1
Skala Likert

1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Ragu- Ragu
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber : Data diolah oleh penulis (2015)

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Ragu- Ragu
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

E. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel adalah sesuatu yang dapat membedakan nilai atau mengubah nilai. Nilai dapat berbeda untuk objek atau orang yang berbeda. Berikut merupakan variabel-variabel dalam penelitian ini yang didefinisikan secara operasional sebagai berikut :

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependennya yaitu :

1.1. Minat dalam Menggunakan Jasa Konsultan Pajak (Y)

a. Definisi Konseptual

Minat merupakan suatu kecenderungan dan keairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu (Syah, 2008: 136). Berdasarkan definisi tersebut dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan, ketertarikan, kecenderungan atau keinginan wajib pajak yang tinggi untuk menggunakan jasa konsultan pajak.

b. Definisi Operasional

Variabel minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan instrumen teori dari Munabari dan Aji (2014). Indikator yang dapat mengukur variabel minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Kebuntuan dalam menangani masalah perpajakan
- 2) Staf perpajakan yang kurang andal

- 3) Rekomendasi dari pihak lain
- 4) Keterjangkauan tarif jasa dengan daya ekonomi perusahaan
- 5) Aspek peraturan yang mengharuskan menggunakan jasa konsultan pajak

2. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Maka dalam penelitian ini, penulis mengidentifikasi variabel- variabel independen yang terdiri dari :

2.1. Pemahaman Peraturan Pajak (X1)

a. Definisi Konseptual

Pemahaman peraturan pajak adalah seberapa baik wajib pajak dalam memahami dan mengetahui tentang perpajakan yang meliputi peraturan, undang- undang serta tata cara perpajakan dan menerapkannya dalam kegiatan perpajakan seperti, membayar pajak, melaporkan SPT, dan sebagainya (Adiasa, 2013).

b. Definisi Operasional

Untuk mengukur pemahaman peraturan pajak dalam penelitian ini mengadopsi teori dari hardiningsih 2011 dan siregar (dalam Hadiputra, 2014) sebagai berikut :

- 1) Pemahaman terhadap semua ketentuan peraturan perundang- undangan perpajakan.
- 2) Menghitung dan melaporkan pajak secara benar.

- 3) Pemahaman wajib pajak yang mau membayar pajak harus mempunyai NPWP.
- 4) Pemahaman akan hak dan kewajiban perpajakan.
- 5) Pemahaman akan sanksi perpajakan jika mereka lalai dalam memenuhi kewajibannya.

2.2.Motivasi (X2)

a. Definisi Konseptual

Motivasi adalah suatu dorongan dalam diri untuk melakukan suatu tindakan agar mencapai tujuan yang dirangsang oleh adanya berbagai macam kebutuhan, keinginan, tingkah laku, serta umpan balik (Wijaya, 2013).

b. Definisi operasional

Indikator untuk mengukur motivasi wajib pajak dalam penelitian ini mengadopsi dari Wijaya (2013) dengan menggunakan 2 indikator diantaranya yaitu :

- 1) Kebutuhan rasa aman dari sanksi perpajakan dan risiko kesalahan.
- 2) Keinginan untuk melakukan perencanaan pajak.

2.3.Sosialisasi Perpajakan (X3)

a. Definisi Konseptual

Sosialisasi perpajakan merupakan upaya Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan pengertian, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat dan wajib pajak mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan peraturan dan perundang-undangan perpajakan (Que, 2013).

b. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini sosialisasi perpajakan diukur dengan menggunakan 4 indikator menurut Que (2013), sebagai berikut :

1. Penyelenggaraan sosialisasi
2. Waktu sosialisasi
3. Materi sosialisasi
4. Media sosialisasi

2.4.Kualitas Pelayanan Konsultan Pajak (X4)**a. Definisi Konseptual**

Kualitas pelayanan konsultan pajak dapat diartikan sebagai cara konsultan pajak dalam membantu mengurus atau menyiapkan segala keperluan wajib pajak untuk memberikan mutu pelayanan yang terbaik bagi wajib pajak sebagai pelanggannya (Santi, 2012).

b. Definisi Operasional

Variabel kualitas pelayanan konsultan pajak menggunakan indikator yang mengadopsi dari Kotler dan Keller (2007: 56) yaitu sebagai berikut :

- 1) Berwujud (*tangible*);
- 2) Keandalan (*reability*);
- 3) Ketanggapan (*responsiveness*);
- 4) Asuransi (*assurance*); dan
- 5) Empati (*empathy*).

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Sumber	Indikator	Sub Indikator
Minat Dalam Menggunakan Jasa Konsultan Pajak (Y)	Munabari dan Aji (2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kebuntuan dalam menangani masalah perpajakan 2) Staf perpajakan yang kurang andal 3) Rekomendasi dari pihak lain 4) Keterjangkauan tarif jasa dengan daya ekonomi perusahaan 5) Aspek peraturan yang mengharuskan menggunakan jasa konsultan pajak 	<ol style="list-style-type: none"> a. Wajib pajak merasa bahwa jasa konsultan pajak merupakan jasa yang penting dalam menangani masalah perpajakan. b. Aparat pajak (Fiskus) kurang tanggap dalam melayani pertanyaan atau keluhan dari wajib pajak. c. Pendapat atau saran dari pihak lain membuat wajib pajak berminat untuk menggunakan konsultan pajak. d. Wajib pajak merasa biaya atas jasa konsultan pajak masih relatif terjangkau. e. Wajib pajak merasa sulit dalam memahami bahasa peraturan sehingga timbul keinginan untuk menggunakan jasa konsultan pajak.
Pemahaman Peraturan Pajak (X1)	Hardiningsih (2011) dan Siregar (dalam Hadiputra, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pemahaman terhadap semua ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. 2) Menghitung dan melaporkan pajak secara benar. 3) Pemahaman wajib pajak yang mau membayar pajak harus mempunyai NPWP. 4) Pemahaman akan hak dan kewajiban perpajakan. 5) Pemahaman akan sanksi perpajakan 	<ol style="list-style-type: none"> a. Setiap peraturan perpajakan yang berlaku dapat wajib pajak pahami dengan baik. b. Memahami dalam melakukan perhitungan dan pelaporan pajak yang terutang. c. Memahami dengan fungsi dan kegunaan NPWP. d. Wajib pajak memahami setiap hak dan kewajiban dalam membayar pajak. e. Wajib pajak memahami sanksi perpajakan yang berlaku.

		jika mereka lalai dalam memenuhi kewajibannya.	
Motivasi (X2)	Wijaya (2013)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan rasa aman dari sanksi perpajakan dan risiko kesalahan. 2. Keinginan untuk melakukan perencanaan pajak. 	<ol style="list-style-type: none"> a. Konsultan pajak menjadi hal penting bagi kemajuan usaha wajib pajak. b. Wajib pajak merasa aman dari pengenaan sanksi perpajakan jika menggunakan jasa konsultan pajak. c. Dengan menggunakan jasa konsultan pajak, wajib pajak dapat mengurangi risiko kesalahan dalam kewajiban perpajakannya. d. Perencanaan pajak dapat membantu kemajuan usaha wajib pajak. e. Perencanaan pajak dapat membantu meminimalkan beban pajak terutang sesuai dengan aturan pajak.
Sosialisasi Perpajakan (X3)	Que (2013).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyelenggaraan sosialisasi; 2. Waktu Sosialisasi; 3. Materi Sosialisasi; dan 4. Media Sosialisasi. 	<ol style="list-style-type: none"> a. Kantor Pelayanan Pajak setempat berperan aktif dalam menyelenggarakan sosialisasi perpajakan. b. DJP telah melakukan sosialisasi perpajakan secara teratur. c. DJP telah melakukan sosialisasi perpajakan secara merata. d. Dengan adanya sosialisasi perpajakan, wajib pajak dapat lebih memahami hak dan kewajiban perpajakan. e. Lebih tertarik membaca artikel atau melihat <i>talkshow</i> seputar pajak di televisi daripada dengan mengikuti seminar dan <i>workshop</i> perpajakan.
Kualitas Pelayanan Konsultan Pajak (X4)	Kotler dan Keller (2007:56)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Reliability</i> (Keandalan); 2. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap); 3. <i>Assurance</i> (Asuransi); 	<ol style="list-style-type: none"> a. Konsultan pajak memberikan pelayanan yang baik dan benar b. Konsultan pajak cepat

		4. <i>Emphaty</i> (Empati); dan 5. <i>Tangible</i> (Berwujud).	tanggap dalam menghadapi masalah yang dihadapi oleh wajib pajak. c. Konsultan pajak mampu berkomunikasi secara baik dengan wajib pajak. d. Lokasi kantor konsultan pajak mudah untuk di jangkau e. Fasilitas yang ada pada kantor konsultan pajak tersebut lengkap dan cukup memadai
--	--	---	---

Sumber: Data diolah oleh penulis (2015)

F. Teknik Analisis Data

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini perlu diuji kesahihan dan keandalannya, karena data tersebut berasal dari jawaban responden yang mungkin dapat menimbulkan bias. Hal ini dirasa penting untuk dilakukan sebab kualitas data yang diolah akan mempengaruhi kualitas hasil penelitian.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2011:52).

Pada penerapannya, uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS dengan menggunakan korelasi pearson antara tiap variabel pertanyaan atau pernyataan terhadap rata-rata

dari tiap konstruk pertanyaan atau pernyataan tersebut. Untuk menguji *content validity*, digunakan alat uji *K* bantuan *SPSS 17 for Windows* yang mengindikasikan bahwa item-item yang digunakan untuk mengukur konstruk atau variabel terlihat benar-benar mengukur konstruk untuk variabel tersebut. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05) maka item item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor atau nilai total (dinyatakan valid).
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05) maka item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor atau nilai total (dinyatakan tidak valid).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk- konstruk pertanyaan atau pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas berarti uji yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2011: 47).

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, akan tetapi uji reliabilitas ini akan dilakukan pada masing-masing variabel pada lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliabel. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan

Cronbach Alpha. Menurut Nunnally (dalam Ghozali, 2011: 48) suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0.70.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Menurut Ghozali (2011: 160), ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik. Berikut ini penjelasan mengenai analisis keduanya.

1) Analisis Grafik

Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dan grafik dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola berdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan data berdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Analisis Statistik

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya.

Oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S).

b. Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dengan melihat nilai dari VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 atau 10% yang mengindikasikan tidak adanya multikolinearitas (Ghozali, 2011: 106) sehingga jika masing-masing variabel independen kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Jika hasil uji menunjukkan nilai probabilitas signifikan bagi seluruh variabel bebas diatas dengan nilai 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas. Sebab model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011: 139).

3. Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Dari model *regression analysis* dapat dilakukan dengan bantuan program komputer yaitu SPSS versi 17. Adapun bentuk

umum dari persamaan linier berganda dengan menggunakan 4 (empat) variabel yaitu sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Dalam hal ini :

Y : Minat Dalam Menggunakan Jasa Konsultan Pajak

α : Konstanta

X1 : Pemahaman Peraturan Pajak

X2 : Motivasi

X3 : Sosialisasi Perpajakan

X4 : Kualitas Pelayanan Konsultan Pajak

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$: Koefesien Regresi

ε : Error

b) Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011: 98). Uji t berfungsi untuk menguji signifikan koefisien regresi secara individual. Langkah- langkah yang dilakukan dalam uji t adalah sebagai berikut :

1. Menentukan Hipotesis. Jika $H_0 = b < 0$ artinya tidak terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel X dan variabel Y. Namun jika $H_a = b > 0$ artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y.

2. Menentukan tingkat signifikan menggunakan alpha 5%.
3. Menentukan t hitung.
4. Menentukan t tabel dicari pada tingkat signifikansi alpha 5% (uji 2 sisi) dengan degree of freedom (df) = n- k- 1 (n adalah jumlah data, dan k adalah jumlah variabel independen).
5. Kriteria pengujian. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau P value $> 0,05$, maka H_0 diterima (H_a ditolak) artinya bahwa variabel X dengan variabel Y tidak mempunyai pengaruh positif signifikan. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau P value $< 0,05$ maka H_0 ditolak (H_a diterima) artinya bahwa variabel X dengan variabel Y mempunyai pengaruh positif signifikan.

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) berguna untuk mengukur seberapa besar peranan variabel independen secara parsial mempengaruhi perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Pada penelitian ini digunakan adjusted R^2 berkisar antara nol dan satu. Artinya, jika nilai adjusted R^2 makin mendekati satu maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat kemampuan variabel- variabel independen dalam penelitian ini untuk dapat menjelaskan variabel dependennya (Ghozali, 2011: 97).