

Dampak sosialisasi insentif pajak kendaraan bermotor terhadap kepatuhan wajib pajak di kabupaten Jember

Nunung Purwati^{1*}, Diyah Probowulan¹, Achmad Syahfrudin Zulkarnaeni¹

¹Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

*email: nunungpur16@gmail.com

DOI: 10.31603/bacr.7548

Abstract

This study aims to analyze and determine the magnitude of the effect of socialization through education, social media, communication skills and tax incentives on motor vehicle taxpayer compliance in Jember Regency. This study uses quantitative methods. Data collection is done by distributing questionnaires using google form. Data were analyzed using IBM SPSS 20. The population in this study were all motor vehicle taxpayers in Jember Regency in 2017-2021, which amounted to 4,109,741. The research sample used was in accordance with the slovin formula calculation of 99,9 (rounded 100) or the respondents were 100. The sampling technique in this study was using convenience sampling. The variables in this study are the effect of education, social media, communication skills, tax incentives on motor vehicle taxpayer compliance in Jember Regency. The results showed that partially education had no effect on motor vehicle taxpayer compliance. While on social media, communication skills, and tax incentives have a positive effect on motor vehicle taxpayer compliance,

Keywords: Education; Social Media; Communication Skills; Tax Incentives; Taxpayer Compliance

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui besaran pengaruh sosialisasi melalui edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi dan insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *google form*. Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 20. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember Tahun 2017-2021 yang berjumlah 4.109.741. Sampel penelitian yang digunakan sesuai dengan perhitungan rumus *slovin* sebesar 99,9 (dibulatkan 100) atau respondennya sebesar 100. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan *convenience sampling*. Variabel pada penelitian ini adalah pengaruh edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi, insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember. Hasil penelitian menunjukkan bahwa edukasi tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Sedangkan pada media sosial, keterampilan komunikasi dan insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

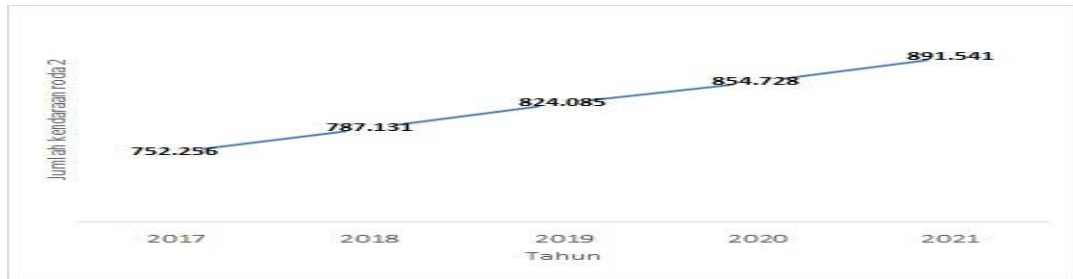
Kata Kunci: Edukasi; media sosial; insentif; ketrampilan komunikasi; pajak; kepatuhan pajak



1. Pendahuluan

Pajak merupakan sumber penerimaan terbesar dari APBN. Dana dari penerimaan pajak sebagai sumber utama penerimaan APBN dialokasikan untuk mendanai berbagai pengeluaran negara untuk kemakmuran rakyat (Kadek, 2017). Pajak kendaraan bermotor adalah pajak yang dibebankan kepada wajib pajak yang memiliki kendaraan bermotor yang sifatnya memaksa yang harus dibayar oleh wajib pajak. Pajak kendaraan bermotor menjadi potensi pendapatan daerah karena semakin meningkatnya jumlah kendaraan bermotor, di Kabupaten Jember perkembangan jumlah kendaraan bermotor dijelaskan pada

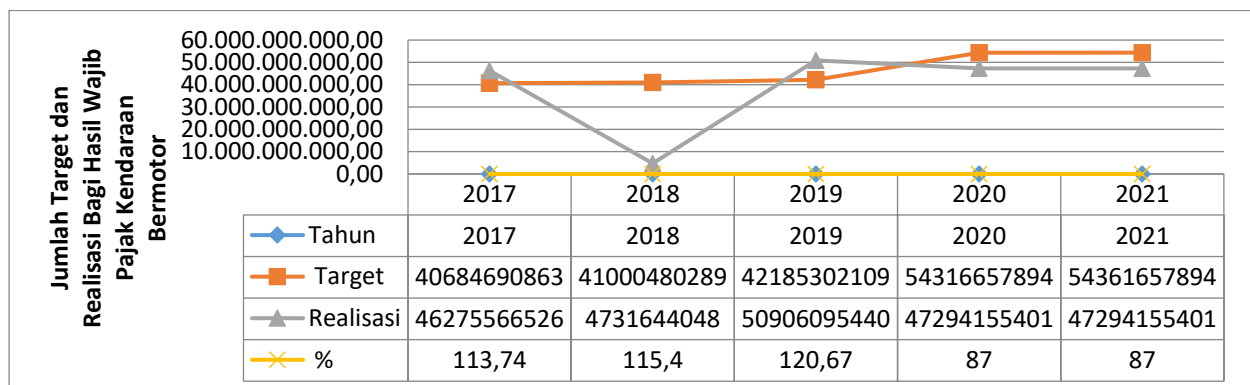
Gambar 1.



Gambar 1. Grafik Peningkatan Jumlah Kendaraan Bermotor Kabupaten Jember

Sumber Data : Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember, 2021

Gambar 1 menunjukkan bahwa dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 jumlah kendaraan bermotor naik cukup signifikan, hal ini menjadi peluang untuk digali pajaknya sebagai sumber pendapatan daerah provinsi. Kondisi tersebut apakah relevan dengan tingkat kepatuhan pajak kendaraan bermotor, dengan demikian penelitian ini menyelidiki mengingat data bagi hasil pajak kendaraan bermotor justru stagnan mulai tahun 2020 ke tahun 2021 belum ada peningkatan seperti dijelaskan dalam **Gambar 2**.



Gambar 2. Grafik target dan realisasi bagi hasil pajak kendaraan bermotor Kabupaten Jember dan Provinsi

Sumber Data : Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember, 2021

Dari kondisi stagnannya target pendapatan pajak kendaraan bermotor, Pemerintah Provinsi Jawa Timur melalui Gubernur Jawa Timur, Khofifah Indar Parawangsa, pada tahun 2020 memutuskan untuk memberikan insentif pajak kepada wajib pajak kendaraan bermotor sesuai

dengan keputusannya Nomor 188/267/KPTS/031/2020 tentang Pemberian Insentif Pembebasan Sanksi Administrasi Pajak Kendaraan Bermotor Tahun 2020 dan di Tahun 2021 ini Khofifah Indar Parawansa kembali menggulirkan program insentif pajak berupa diskon pajak kendaraan bermotor. Dilakukan pemberian kebijakan insentif pajak di Tahun 2021 hanya sampai tanggal 9 Desember 2021. Pemberian insentif pajak kendaraan bermotor guna untuk membantu meringankan wajib pajak dari sanksi pajak yang diterimanya atas keterlambatan pembayaran. Adanya kebijakan insentif pajak kendaraan bermotor karena pemerintah ingin membantu masyarakat yang terdampak *Covid-19*. Dampak dari *Covid-19*, Indonesia mengalami kerugian di Tahun 2020 pada kuartal III mencapai minus 3,49 persen. Tidak hanya berimbas pada penerimaan negara saja namun dampak dari *Covid-19* ini berdampak juga pada penerimaan pendapatan daerah seperti pada pendapatan daerah Kabupaten Jember khususnya pada penerimaan bagi hasil dari wajib pajak kendaraan bermotor yang tercatat di BPS Kabupaten Jember sebanyak 87% selisih dari target yang sudah direncanakan yang tidak dapat dicapai.

Kepatuhan wajib pajak merupakan suatu ketaatan untuk melakukan ketentuan atau aturan-aturan perpajakan yang diwajibkan atau diharuskan dilaksanakan menurut peraturan perundang-undangan (Denny, 2020). Kepatuhan wajib pajak, dalam mematuhi kewajibannya sebagai wajib pajak didasari dengan pemahaman seorang wajib pajak tentang peraturan perpajakan. Memahami tentang hukum perpajakan, undang-undang perpajakan, serta tata cara dalam melaksanakan kewajibannya sangat penting bagi wajib pajak sebagai dasar pemahaman akan perpajakan (Wardani & Rumiya, 2017).

Sejalan dengan penelitian Neldi (2022), Adetya *et al.* (2015), menjelaskan bahwa edukasi berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Yunitasia, (2015), menunjukkan bahwa edukasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Begitu juga yang dijelaskan oleh Ariesandrio (2018), Herawati *et al.* (2018) dan Rizky (2019) tentang media sosial dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Syahril (2021), menunjukkan bahwa media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Agustina (2019) menjelaskan bahwa keterampilan komunikasi bahwa berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan pada penelitian Darmayasa & Setiawan (2016) menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pada penelitian yang dilakukan Salman (2020) dan Sartika *et al.* (2021) menjelaskan tentang insentif pajak bahwa berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi (2021) menunjukkan bahwa insentif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Sosialisasi relevan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dijelaskan mengenai niat dari wajib pajak dalam berperilaku. Sosialisasi merupakan motivasi yang diberikan oleh pemerintah untuk meningkatkan jumlah dari kepatuhan wajib pajak. Relevansinya TPB dengan variabel edukasi, keterampilan komunikasi, dan insentif pajak adalah bahwa ketiga variabel tersebut akan dapat mendorong wajib pajak untuk mematuhi peraturan wajib pajak dan akan membayar pajak (Ardiyanti & Supadmi, 2020). Pada Teori Kepatuhan dijelaskan tentang kesadaran atau sikap wajib pajak. Teori ini relevan dengan variabel edukasi, keterampilan komunikasi dan insentif pajak,

karena dapat memberikan pemahaman serta informasi mengenai perpajakan guna menyadarkan wajib pajak untuk mematuhi peraturan perpajakan. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa di dalam teori ini terdapat dua persepsi yaitu persepsi pemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan. Teori TAM ini relevan dengan variabel Media Sosial karena dengan media sosial akan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat dengan cara menyebarkan informasi tentang perpajakan melalui media sosial. Dengan memberikan informasi perpajakan dengan cara yang mudah diakses oleh masyarakat khususnya wajib pajak kendaraan bermotor akan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak karena dengan informasi yang didapatkan oleh wajib pajak akan membuat wajib pajak memahami tentang perpajakan serta manfaat dari membayar pajak.

Terjadinya *research gap* pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, cukup menarik bagi peneliti untuk diteliti tentang ada atau tidaknya konsistennya hasil dari penelitian. Maka dari itu peneliti ingin meneliti tentang pengaruh sosialisasi yang dipilah menjadi beberapa variabel yaitu variabel edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi, insentif pajak, terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor sehingga dapat mengonfirmasi ulang yang dilakukan di Kabupaten Jember karena bagi hasil wajib pajak kendaraan bermotor tidak berbanding lurus dengan jumlah kendaraan bermotor. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris dan menganalisis dampak sosialisasi insentif pajak kendaraan bermotor terhadap kepatuhan wajib pajak di kabupaten Jember.

2. Metode

2.1. Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *WhatsApp* kepada wajib pajak kendaraan yang ditemui di mana saja, seperti di kampus Universitas Muhammadiyah Jember yang wajib pajaknya termasuk dari Mahasiswa dan Dosen. Disebarkan kuesioner yang dibuat dalam bentuk *google form* dan peneliti mendapatkan hasil dari penelitiannya dari hasil jawaban dari responden melalui kuesioner.

2.2. Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

2.2.1 Definisi variabel penelitian

a. Edukasi

Merupakan bagian dari ukuran pemahaman dari wajib pajak karena semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka akan semakin dapat memahami tentang peraturan perpajakan.

b. Media Sosial

Merupakan bagian dari kebutuhan masyarakat untuk berinteraksi dengan sesamanya menggunakan suara, isyarat dan tulisan.

c. Keterampilan Komunikasi

Merupakan kemampuan dari seseorang untuk melakukan komunikasi secara efektif dengan orang lain.

d. Insentif Pajak

Merupakan bagian dari program yang dilaksanakan oleh pemerintah untuk membantu masyarakat.

2.2.2 Definisi variabel dependen

Menurut (Sugiyono, 2016) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Pada penelitian ini, yang termasuk dari variabel dependen adalah Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Kepatuhan wajib pajak adalah perilaku dari wajib pajak yang mentaati semua peraturan yang berlaku dan melaksanakan kewajibannya sebagai wajib pajak.

2.2.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Tabel 1 menunjukkan operasionalisasi variabel yang terdiri dari definisi dan indikator pengukuran variabel.

Tabel 1. Operasional Variabel Independen

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Edukasi	Proses pembentukan kecakapan melalui pengajaran dan latihan	1. Pengajaran 2. Pendidikan 3. Bimbingan 4. Pelatihan 5. Kualitas	(Andestri, 2019)
Media Sosial	Media sosial merupakan bagian dari kebutuhan masyarakat untuk berinteraksi dengan sesamanya menggunakan suara, isyarat, dan tulisan	1. Isi pesan dalam media sosial jelas 2. Isi pesan media sosial sesuai fakta yang ada 3. Informasi yang diberikan melalui media sosial sesuai dengan kebutuhan masyarakat 4. Informasi pada media sosial bermanfaat	(Reza, 2018)
Keterampilan Komunikasi	Keterampilan yang dibutuhkan dalam pemeriksaan pajak	1. Memiliki keterampilan berkomunikasi secara lisan dengan jelas dan efektif 2. Memiliki keterampilan berkomunikasi secara tulisan dengan baik 3. Memiliki kemampuan untuk menulis laporan hasil pemeriksaan pajak sesuai dengan standar pemeriksaan pajak	(Kurniawan, 2021)
Insentif Pajak	Insentif pajak kendaraan bermotor adalah pembebasan atau penghapusan denda atas	1. Wajib pajak mengetahui dan memahami betul mengenai	(Sartika et al., 2021)

	keterlambatan membayar kendaraan bermotor.	kebijakan insentif pajak kendaraan bermotor
		2. Wajib pajak mengetahui manfaat dari kebijakan insentif pajak kendaraan bermotor
		3. Wajib pajak mengetahui tujuan dari adanya kebijakan insentif pajak kendaraan bermotor
		4. Wajib pajak terbantu dengan adanya kebijakan insentif pajak kendaraan bermotor
		5. Kebijakan insentif pajak kendaraan bermotor tidak merugikan wajib pajak kendaraan bermotor
Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor	Kepatuhan wajib pajak merupakan Suatu perilaku yang dilakukan oleh seseorang karena adanya motivasi yang timbul pada diri seorang wajib pajak maupun motivasi dari orang terdekat yang melaksanakan kewajiban perpajakannya serta meningkatkan peraturan perundang-undangan yang berlaku sesuai dengan undang-undang perpajakan.	1. Ketaatan membayar pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan. (Haerina, 2021) 2. Sanggup membayar pajak kendaraan bermotor tepat pada waktunya. 3. Kepatuhan dalam membayar pajak kendaraan bermotor dapat menghindarkan dari sanksi administrasi. 4. Pembayaran tepat waktu adalah prioritas utama. Kepatuhan terhadap kewajiban pajak dapat menghindari tunggakan pajak.

2.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Pada data kuantitatif ini merupakan data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada peneliti yang sedang mengumpulkan data yang ingin di teliti (Sugiyono, 2016). Data primer didapatkan dari kuesioner yang telah disebarakan, dimana penyebarannya dalam bentuk *google form*. Responden dapat memilih jawaban dengan memberikan nilai dari angka 1 (sangat tidak setuju) sampai 4 (sangat setuju) pada masing-masing pernyataan yang telah disediakan.

2.4 Teknik dan Pengambilan Sampel

Populasi yang ada dalam penelitian ini merupakan jumlah dari kendaraan bermotor yang terdaftar pada Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember bahwa pada Tahun 2017-2021 dan diperoleh jumlah kendaraan bermotor sebanyak 4.109.741 unit kendaraan bermotor. Teknik pengambilan sampel, peneliti menggunakan *convenience sampling*, yang dimaksud dengan *convenience sampling* adalah penetapan sampel yang secara kebetulan karena yang termasuk dari populasinya yaitu siapapun yang ditemui oleh peneliti serta orang tersebut bersedia menjadi responden untuk dijadikan sebagai sampel yang dilakukan oleh peneliti. Dalam pengambilan sampel, dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus *Slovin*.

Rumus *Slovin* yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : error, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang ditoleransi (10%) atau 0,1

Berdasarkan dari rumus di atas, maka jumlah dari sampel pada penelitian ini yaitu :

$$n = \frac{4.109.741}{1 + 4.109.741 (0,1)^2}$$

Jadi populasi dari wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember berjumlah 99,9 dibulatkan menjadi 100 sampel dari keseluruhan populasi wajib pajak.

2.5 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini yaitu menggunakan metode *survey* melalui kuesioner yang dibuat dalam bentuk *google form*. Data yang didapatkan yaitu bersumber pada hasil dari jawaban yang di isi oleh responden melalui *google form* yang telah dibagikan.

2.6 Teknik Analisis Data

2.6.1 Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji yang dapat menunjukkan sejauh mana data yang sudah terkumpul tidak menyimpang dari variabel yang di teliti, baik itu nilainya tinggi ataupun rendah. Dari kuesioner yang ada, data yang dinyatakan valid yaitu apabila dari setiap pernyataan yang dibuat dapat dibuktikan dengan sesuatu yang dapat diukur dengan kuesioner. Jika pada angka, instrumen yang dinyatakan valid dapat dilihat dari nilai r *pearson correlation* terhadap skor total di atas 0,30 atau koefisien korelasinya $>0,30$ (Sugiyono, 2016).

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengatur ketepatan dari suatu ukuran keandalan dari suatu data. Pada uji reliabilitas digunakan metode *cronbach alpha* (α). Dalam metode tersebut menjelaskan jika nilai *cronbach alpha* (α) lebih besar dari r -tabel maka instrumen tersebut dapat dikatakan cukup reliabel (Sugiyono, 2016).

2.6.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dari populasi data tersebut terdistribusi normal atau tidak. Dalam proses uji normalitasnya menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program IBM SPSS Statistik untuk menguji normalitas dari data yang di teliti. Dari uji normalitas ini, menurut (Sugiyono & Agus Susanto, 2015) penilaiannya yaitu dengan p 2 (dua) sisi (*two tailed*). Kriteria yang digunakan adalah apabila hasil perhitungan KS dua sisi > 5 maka terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi variabel. Menurut (Sugiyono & Agus Susanto, 2015) uji multikolinieritas ini digunakan untuk menguji apakah dari model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi variabel bebas. Ada atau tidaknya suatu multikolinieritas di dalam model regresi dapat dideteksi jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 dan toleransi $> 0,1$ itu artinya tidak ada masalah multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi antara dua variabel. Menurut (Sugiyono & Agus Susanto, 2015) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji *glejser*. Kriteria yang berlaku didalam uji *glejser* adalah nilai Sig. Uji t (pada uji *glejser*) $> 0,05$ maka varian residual sama (homokedastisitas) atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

2.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sugiyono, 2016) analisis regresi linear berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Metode yang digunakan dari analisis linear berganda untuk melakukan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y	: Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor
a	: Nilai Konstanta
b1	: Nilai Koefisien Edukasi
b2	: Nilai koefisien Media Sosial
b3	: Nilai Koefisien Keterampilan Komunikasi
b4	: Nilai Koefisien Insentif Pajak
X1	: Edukasi
X2	: Media Sosial
X3	: Keterampilan Komunikasi
X	: Insentif Pajak

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Data responden didapatkan melalui kuesioner yang disebar oleh penulis pada bulan April tahun 2022. Data pada penelitian ini untuk dianalisis berjumlah 100 responden yaitu wajib pajak kendaraan bermotor yang melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kabupaten Jember yang ada di JL.DR. Subandi No 123, Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur.

3.2 Deskripsi Objek Penelitian

Penjelasan tentang distribusi dari sampel yang digunakan pada penelitian ini, penulis menunjukkan pada **Tabel 2** berikut:

Tabel 2. Distribusi Sampel

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kuesioner yang disebar	100	100%
Kuesioner yang kembali	100	100%
Kuesioner yang digunakan	100	100%

Pada **Tabel 2** menunjukkan, dari sampel yang digunakan yang didapatkan melalui kuesioner bahwa terdapat 100 sampel yang lengkap serta layak untuk dapat dianalisis.

Responden yang merupakan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember yang digunakan oleh penulis untuk penelitian ini dapat ditunjukkan pada **Tabel 3**:

Tabel 3. Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

	Keterangan	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	40	40%
	Perempuan	60	60%
Usia	< 30 tahun	90	90%
	31 – 40 tahun	7	7%
	41 – 50 tahun	3	3%
Pendidikan	SMP	2	2%
	SLTA	68	68%
	Diploma	7	7%
	Sarjana	23	23%
Jenis Pekerjaan	Swasta	31	31%
	Petani	1	1%
	Wirausaha	11	11 %
	Pedagang	2	2%
	Lainnya	55	55%

Pada **Tabel 3** ditunjukkan bahwa responden laki-laki (40%) lebih sedikit dari pada responden perempuan (60%). Dapat disimpulkan bahwa yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada laki-laki. Responden paling banyak berusia < 30 tahun (90%) dan yang sedikit adalah

responden yang berusia 41 – 50 tahun (3%). Kemudian, berdasarkan tingkat pendidikan kebanyakan responden adalah lulusan SLTA (68%) dan paling sedikit adalah responden dengan tingkat pendidikan SMP (2%). **Tabel 3** menunjukkan bahwa responden yang bekerja di swasta berjumlah 31 (31%), petani berjumlah 1 (1%), wirausaha sejumlah 11 (11%), pedagang sejumlah 2 (2%) dan lainnya sebanyak 55 (55%).

3.3 Uji Kualitas Data

3.3.1 Uji Validitas

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *r-hitung* dari semua butir pernyataan pada tiap variabel independen menunjukkan bahwa pada butir pernyataannya menghasilkan nilai *r-hitung* lebih besar dari *r-tabel* yaitu 0,196. Sedangkan pada variabel dependen menunjukkan bahwa pada butir pernyataan 6, 7 dan 8 nilai *r-hitung* kurang dari nilai *r-tabel* dan pernyataan lainnya lebih besar dari nilai *r-tabel* yaitu sebesar 0,1966. Pada pernyataan-pernyataan tentang edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi, insentif pajak, dan kepatuhan pajak adalah valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R-tabel	Keterangan
Edukasi	X1.1	1	0.196	Valid
	X1.2	0,642	0.196	Valid
	X1.3	0,509	0.196	Valid
	X1.4	0,284	0.196	Valid
	X1.5	0,638	0.196	Valid
Media Sosial	X2.1	1	0.196	Valid
	X2.2	0,387	0.196	Valid
	X2.3	0,419	0.196	Valid
	X2.4	0,448	0.196	Valid
	X2.5	0,279	0.196	Valid
Keterampilan Komunikasi	X3.1	1	0.196	Valid
	X3.2	0,605	0.196	Valid
	X3.3	0,644	0.196	Valid
	X3.4	0,623	0.196	Valid
	X3.5	0,591	0.196	Valid
Insentif Pajak	X4.1	1	0.196	Valid
	X4.2	0,625	0.196	Valid
	X4.3	0,608	0.196	Valid
	X4.4	0,550	0.196	Valid
	X4.5	0,653	0.196	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak	Y.1	1	0.196	Valid
	Y.2	0,583	0.196	Valid
	Y.3	0,413	0.196	Valid
	Y.4	0,379	0.196	Valid
	Y.5	0,486	0.196	Valid
	Y.9	0,256	0.196	Valid

3.3.2 Uji Reliabilitas

Tabel 5 menunjukkan nilai *cronbach alpha* dari semua variabel menunjukkan bahwa nilai *r-hitung* > *r-tabel* yaitu 0,1966. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Edukasi, Media Sosial, Keterampilan Komunikasi, Insentif Pajak dan variabel Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor reliabel untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Edukasi	0,817	Reliabel
Media Sosial	0,818	Reliabel
Keterampilan Komunikasi	0,881	Reliabel
Insentif Pajak	0,858	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak	0,801	Reliabel

3.3.3 Uji Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda, dalam penelitian ini akan menguji apakah ada arah pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat dari **Tabel 6**:

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized		t hitung	Sig.	Hasil
	Coefficients				
	B	Std. Error			
(Constant)	3,469	1,143	3,035	,003	
Edukasi	-,232	,118	-1,971	,052	H1 Tidak diterima
Media Sosial	,498	,082	6,108	,000	H2 Diterima
Keterampilan Komunikasi	,413	,129	3,200	,002	H3 Diterima
Insentif Pajak	,332	,096	3,464	,001	H4 Diterima

Berdasarkan **Tabel 6** maka persamaan regresinya adalah:

$$Y = 3,469 + (-,232)X_1 + 0,498X_2 + 0,413X_3 + 0,332X_4 + e$$

3.4 Pembahasan

3.4.1 Pengaruh Edukasi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Edukasi merupakan bagian dari pengukuran pemahaman dari seseorang atau sekelompok orang karena ini berkaitan juga dengan tingkat pendidikan dari seorang wajib pajak. Hasil dari uji hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel edukasi tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Kaitan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan Teori Kepatuhan dengan variabel edukasi yaitu pada perilaku dan sikap dari wajib pajak dapat dilihat sesuai dengan pemahamannya tentang perpajakan seperti melalui pelatihan atau seminar yang dilakukan oleh otoritas pajak untuk

memberi pemahaman tentang perpajakan kepada masyarakat. Namun hal itu masih belum ada perkembangannya karna masih banyak dari masyarakat yang tidak mengikuti seminar ataupun pelatihan tentang perpajakan meskipun tingkat pendidikan dari wajib pajak kendaraan bermotor terbilang tingkat tinggi sehingga masih banyak wajib kendaraan yang tidak mematuhi peraturan perpajakan.

3.4.2 Pengaruh Media Sosial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Media sosial bagian dari alat yang sangat bermanfaat bagi otoritas pajak maupun bagi masyarakat untuk digunakan karena media sosial dapat memberikan manfaat untuk otoritas pajak dalam menyebarkan informasi tentang perpajakan dan memudahkan masyarakat mendapatkan informasi apa pun termasuk informasi terkait perpajakan. Persepsi pemanfaatan dan kemudahan penggunaan ini berkaitan dengan Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang digunakan pada penelitian ini. Kemanfaatan ini akan dapat mempengaruhi kepercayaan pada seseorang atau sekelompok orang jika pada informasi yang disampaikan oleh otoritas pajak jelas dan sesuai fakta yang ada. Hasil uji hipotesis yang dilakukan pada variabel media sosial menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Kaitannya dengan Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan variabel media sosial yaitu pada pemanfaatannya dan kemudahan penggunaannya dapat dirasakan, baik oleh otoritas pajak maupun masyarakat untuk menyebarkan informasi serta mendapatkan informasi tentang perpajakan. Melalui media sosial banyak informasi tentang perpajakan yang didapatkan oleh masyarakat sehingga banyak wajib pajak kendaraan bermotor yang patuh akan kewajibannya.

3.4.3 Pengaruh Keterampilan Komunikasi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Keterampilan Komunikasi merupakan bagian yang paling penting untuk otoritas pajak ketika menyampaikan informasi tentang perpajakan kepada wajib pajak karena dengan keterampilan komunikasi yang baik dan jelas akan dapat memudahkan wajib pajak untuk memahami apa yang disampaikan oleh otoritas pajak tentang perpajakan. Hasil dari uji hipotesis yang dilakukan pada variabel keterampilan komunikasi ini menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Kaitan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan Teori Kepatuhan dengan variabel keterampilan komunikasi yaitu pada perilaku dan sikap wajib pajak sesuai dengan kenyamanan yang didapatkan karena kejelasan dan kesopanan dari cara penyampaian yang diberikan oleh otoritas pajak tentang informasi perpajakan. Banyak wajib pajak kendaraan bermotor yang memahami tentang perpajakan karena kejelasan informasi dan kesopanan cara penyampaian yang diberikan oleh otoritas pajak.

3.4.4 Pengaruh Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Insentif pajak merupakan bagian dari program yang dilaksanakan oleh pemerintah untuk memberikan keringanan kepada wajib pajak berupa pembebasan denda administrasi yang berlaku untuk wajib pajak yang mengalami keterlambatan membayar pajak. Hasil uji hipotesis dari variabel insentif pajak menunjukkan bahwa insentif pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kaitannya dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan Teori Kepatuhan dengan variabel insentif pajak yaitu pada perilaku dan sikap dari wajib pajak, dimana program yang dilaksanakan oleh pemerintah ini dirasakan manfaatnya oleh wajib pajak sehingga banyak dari wajib pajak kendaraan bermotor mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku.

4. Kesimpulan

Berdasarkan analisis pengaruh dapat disimpulkan bahwa edukasi tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember karena masih banyak wajib pajak kendaraan bermotor yang masih tidak berminat untuk mengikuti seminar ataupun pelatihan tentang perpajakan. Meskipun dilakukan edukasi tentang perpajakan, namun hal itu juga tergantung pada daya tangkap seorang wajib pajak. Akan tetapi hasil yang sebaliknya menunjukkan bahwa media sosial, keterampilan komunikasi dan insentif pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Penelitian ini bermanfaat untuk penelitian selanjutnya yang meneliti tentang edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi dan insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember dan bermanfaat juga bagi SAMSAT Jember yaitu dapat meningkatkan kualitas cara bersosialisasi baik itu melalui cara edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi dan insentif pajak tentang kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Referensi

- Adetya et al. (2015). *Pengaruh Edukasi, Sosialisasi, Dan Himbauan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Melaporkan Spt Tahunan Pajak Penghasilan (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara)*. 8(1), 1–8.
- Agustina, M. (2019). *Strategi Komunikasi Account Representative Kpp Pratama Bukit Tinggi Dalam Mensosialisasikan E-filing Untuk Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1, 1–13.
- Andestri, I. S. P. (2019). *Pengaruh Sosialisasi, Edukasi, Dan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menabung Di Pt. Pegadaian Syariah Cabang Skip Kota Bengkulu (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu)* (Doctoral dissertation, IAIN BENGKULU).
- Ariesandrio, R. A. (2018). *Pengaruh Pesan Dalam Media Sosial Terhadap Sikap Wajib Pajak Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan*.
- Ardiyanti, N. P. M., & Supadmi, N. L. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, dan Penerapan Layanan SAMSAT Keliling pada Kepatuhan Wajib Pajak*. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(8), 1915. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i08.p02>
- Darmayasa, I., & Setiawan, P. (2016). *Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*. *E-Jurnal Akuntansi*, 14(1), 226–252.

- Denny, F. P. (2020). *Pengaruh Insentif Pajak Dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Masa Pandemi*. *Orphanet Journal of Rare Diseases*, 21(1), 1–9.
- Haerina, D. (2021). *Pengaruh Sosialisasi Pajak, Kualitas Pelayanan Dan Kondisi Keuangan Terhadap Kepatuhan Pajak Kendaraan Bermotor Dengan Sanksi Pajak Sebagai Variabel Moderasi*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Herawati et al. (2018). *Pengaruh Media Dam Mensosialisasikan Peraturan Pajak Terhadap Pemahaman Wajib Pajak*. 2(2), 84–95.
- Herman. (2020). *Pengaruh Keahlian Komunikasi Fiskus Terhadap Peningkatan Kepatuhan Pelaporan Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Madya Makassar*. *Human Relations*.
- Kadek, J. P. (2017). *Pengaruh Kesadaran, Pengetahuan Dan Pemahaman Perpajakan, Kualitas Pelayanan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. *Akuntansi Universitas Udayana*, 18(2), 1112–1140.
- Kurniawan, A. S. (2021). *Pengaruh Kompetensi, Komunikasi, dan Tekanan Waktu Terhadap Kualitas Hasil Pemeriksaan Pajak*.
- Neldi, D. L. (2022). *Optimalisasi Edukasi Perpajakan Melalui Konten Digital Sebagai Upaya Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Yogyakarta)*. *Akuntansi, Jurnal Literasi*, 54–65.
- Peraturan Nomor 9. (2010). *Peraturan Daerah Povinsi Jawa Timur*. 118, 8299013.
- Rizky, M. N. (2019). *Pemanfaatan teknologi informasi, sosialisasi perpajakan, dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan*.
- Salman. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Kepada Pemerintah , Kebijakan Insentif Pajak dan Manfaat Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. 3(3).
- Sartika, E. D., Afifah, N., & Sari, S. N. (2021). *Pengaruh Insentif Pajak Kendaraan Bermotor Selama Pandemi Covid 19 Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Sulawesi Selatan*. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 5(2), 144–159. <https://doi.org/10.25139/jaap.v5i2.4144>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono & Agus Susanto. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. CV. Alfabeta: Bandung. https://books.google.co.id/books?id=D9_YDwAAQBAJ&pg=PA369&lpg=PA369&dq=Prawirohardjo,+Sarwono.+2010.+Buku+Acuan+Nasional+Pelayanan+Kesehatan++Maternal+dan+Neonatal.+Jakarta++PT+Bina+Pustaka+Sarwono+Prawirohardjo.&source=bl&ots=rjWNmMFyEq&sig=ACfU3U0HyN3I
- Syahril, Mubarak. (2021). *Pengaruh media massa dan keadilan prosedural terhadap kepatuhan wajib pajak sukarela melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi*.
- Wahyudi, A. (2021). *Pengaruh Penerapan Sistem E-Filing, Penerapan Sistem E-Billing, Kebijakan Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(2), 299–308. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i2.800>
- Wardani, D. K., & Rumiayatun, R. (2017). *Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor, Dan Sistem Samsat Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor*. *Jurnal Akuntansi*, 5(1), 15. <https://doi.org/10.24964/ja.v5i1.253>

Yunitasia, N. (2015). *Peranan Account Representative Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Untuk Meningkatkan Penerimaan Pajak*. 3(1), 1–15.
