

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Reklame di Kota Balikpapan

Hairul Anam¹, Butet Wulan Trifina²

Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan, Indonesia.

E-mail: hrlbpn@gmail.com

E-mail: bwtrifina.pakpahan@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kondisi keuangan dan persepsi tentang sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak reklame. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner skala likert dengan teknik purposive sampling dan menggunakan sampel sebanyak 100 orang wajib pajak reklame di Kota Balikpapan. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pengetahuan perpajakan dan persepsi tentang sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame, sedangkan kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan dan kondisi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame. Secara simultan pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kondisi keuangan dan persepsi tentang sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame.

Kata Kunci: Kepatuhan Wajib Pajak Reklame, Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Kondisi Keuangan, Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan.

Factors That Affect Compulsory of Reklame Tax Requirements in The City of Balikpapan

Abstract

The purpose of this study is to determine whether the knowledge of taxation, awareness of taxpayers, service quality, financial condition and perception of tax sanctions affect the compliance taxpayer taxpayer. The data was collected using questionnaire of Likert scale with purposive sampling technique and using sample of 100 taxpayer in Balikpapan. Data analysis technique using multiple linear regression analysis. The results showed that partially knowledge of taxation and perception about tax sanction have significant effect to taxpayers compliance, while taxpayer awareness, service quality and financial condition have no significant effect on taxpayer compliance compliance. Simultaneously knowledge of taxation, awareness of taxpayer, service quality, financial condition and perception about tax sanction have a significant effect on taxpayer compliance compliance.

Keywords: Taxpayer Tax Compliance, Tax Knowledge, Tax Payer Awareness, Service Quality, Financial Condition, Perception About Taxation Sanctions.

PENDAHULUAN

Pajak daerah merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang penting untuk membiayai pelaksanaan Pemerintah Daerah dalam rangka meningkatkan pembangunan daerah. Dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak daerah dibedakan menjadi dua jenis yaitu pajak provinsi dan pajak kabupaten/kota. Salah satu jenis pajak kabupaten/kota Balikpapan adalah pajak reklame, yang dituangkan dalam Peraturan Daerah Kota Balikpapan Nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame dan Peraturan Daerah Kota Balikpapan Nomor 8 Tahun 2014 tentang Izin Reklame.

Kota Balikpapan merupakan salah satu kota yang mengalami pertumbuhan perekonomian yang secara langsung berdampak pada pertumbuhan diberbagai sektor, salah satunya adalah sektor usaha. Adanya pertumbuhan perekonomian dan sektor usaha membuat target dan realisasi pajak reklame di Kota Balikpapan terus meningkat. Tinggi rendahnya wajib pajak dalam mematuhi kewajiban perpajakannya dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah pengetahuan perpajakan. Pengetahuan mengenai arti dan manfaat pajak dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Persepsi tentang sanksi perpajakan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya kepatuhan wajib pajak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Di Kota Balikpapan.

METODE PENELITIAN

Variabel Independen/Bebas (Variabel X)

- Pengetahuan Perpajakan (X_1): antara lain adalah sejauh mana wajib pajak mengetahui fungsi pajak reklame sebagai salah satu sumber pendapatan di Kota Balikpapan, terlebih lagi dengan adanya Peraturan Daerah Kota Balikpapan Nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame dan Peraturan Daerah Kota Balikpapan Nomor 8 Tahun 2014 tentang Izin Reklame.
- Kesadaran Wajib Pajak (X_2): Kesadaran wajib pajak merupakan perilaku dari wajib pajak itu sendiri berupa pandangan ataupun persepsi dimana melibatkan keyakinan, pengetahuan dan penalaran serta kecenderungan untuk bertindak.
- Kualitas Pelayanan (X_3): Kualitas pelayanan dapat dikatakan sebagai tolak ukur suatu tindakan atau perbuatan yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang dapat menciptakan nilai dan memberikan manfaat kepada pelanggan pada waktu dan tempat tertentu dengan menimbulkan perubahan keinginan atau kepentingan penerimaan layanan.
- Kondisi Keuangan (X_4): Kondisi keuangan adalah suatu hasil akhir dari kegiatan akuntansi atau siklus akuntansi dari hasil operasi. Profitabilitas menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi karena perusahaan akan cenderung berlaku jujur dalam melaporkan pajaknya apabila profitabilitas perusahaan tinggi.
- Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan (X_5): Persepsi tentang sanksi perpajakan merupakan pandangan wajib pajak terhadap sanksi-sanksi pajak reklame yang telah diatur dalam peraturan atau undang-undang.

Variabel Dependen / Terikat (Y)

Kepatuhan Wajib Pajak Reklame (Y): Kepatuhan wajib pajak reklame merupakan adanya kesediaan wajib pajak yang menyelenggarakan reklame untuk memenuhi kewajiban perpajakannya secara disiplin sesuai dengan peraturan perundang-undangan serta tata cara perpajakan yang berlaku tanpa perlu diadakan peringatan.

Instrumen Penelitian

Skala pengukuran yang digunakan adalah *skala likert*, *skala likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi maupun wajib pajak badan yang terdaftar di Dinas Pendapatan Daerah Kota Balikpapan sebesar 220.312 wajib pajak. Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin, Umar (2011:78), sebagai berikut:

$$n = \frac{220.312}{1 + 220.312 (10\%)^2}$$
$$n = \frac{220.312}{2.204,12} = 99,95$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka penulis dapat menetapkan besarnya minimal sampel dari populasi yaitu 100 wajib pajak reklame di Kota Balikpapan.

Metode Analisis Data

Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel terikat (Y) dengan variabel bebas (X) digunakan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana:

- Y : Kepatuhan Wajib Pajak Reklame
- a : Konstanta
- X₁ : Pengetahuan Pajak
- X₂ : Kesadaran Wajib Pajak
- X₃ : Kualitas Pelayanan
- X₄ : Kondisi Keuangan
- X₅ : Persepsi Tentang Sanksi Pepajakan
- b : Koefisien Regresi
- e : *Error Term*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini responden yang dijadikan sampel penelitian adalah wajib pajak reklame yang menyelenggarakan reklame di Kota Balikpapan dan terdaftar pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Balikpapan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil nilai Kolmogrov Smirnov (K-SZ) pada tabel diatas dengan hasil nilai signifikansi 0,602. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka nilai residual tersebut memiliki distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Terlihat bahwa tidak ada variabel yang memiliki VIF lebih dari 10 sehingga dari hasil uji ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Probabilitas atau taraf signifikansi masing-masing variabel bernilai lebih dari 0,05 sehingga dapat dipastikan model tersebut tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, dengan kata lain korelasi masing-masing variabel dengan nilai residunya menghasilkan nilai yang lebih besar dari alphanya.

Uji Autokorelasi.

Dari Hasil ini dinyatakan tidak ada kepastian, jika probabilitas nilai $DL < DW < DU$ artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti. Pada tabel diatas probabilitas nilai DW adalah 1.696 sedangkan nilai DL adalah 1.571 dan nilai DU adalah 1,780, maka dapat disimpulkan bahwa nilai $DL < DW < DU$ yang artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda, hasil analisis mengenai koefisien model regresi dengan menggunakan program SPSS 20.0 adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized	Standardized			
	Coefficients	Beta			
	B	Std.			
(Constant)	2,535	1,943		1,305	,195
Pengetahuan	,300	,099	,278	3,032	,003
Perpajakan Kesadaran	,017	,094	,019	,183	,855
Wajib Pajak	,033	,108	,034	,309	,758
Kualitas Pelayanan	,063	,083	,068	,755	,452
Kondisi Keuangan					
Persepsi Tentang	,469	,085	,461	5,521	,000

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

$$Y = 2,535 + 0,300 X_1 + 0,017 X_2 + 0,033 X_3 + 0,063 X_4 + 0,469 X_5 + e$$

Pada persamaan regresi linier berganda di atas menunjukkan bahwa nilai konstanta kepatuhan wajib pajak reklame adalah sebesar 2,535, yang artinya semua variabel bebas yang terdiri dari pengetahuan perpajakan (X_1), kesadaran wajib pajak (X_2), kualitas pelayanan (X_3), kondisi keuangan (X_4) dan persepsi tentang sanksi perpajakan (X_5) adalah konstan atau tetap, maka besarnya pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak reklame adalah sebesar 2,535.

Nilai koefisien regresi pengetahuan perpajakan (X_1) sebesar 0,300, artinya apabila pengetahuan perpajakan mengalami peningkatan sebesar satu satuan (semakin baik), maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak reklame sebesar 0,300, dengan asumsi kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kondisi keuangan dan persepsi tentang sanksi perpajakan konstan atau tetap.

Nilai koefisien regresi kesadaran wajib pajak (X_2) sebesar 0,017, artinya apabila kesadaran wajib pajak mengalami peningkatan sebesar satu satuan (semakin baik), maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak reklame sebesar 0,017, dengan asumsi pengetahuan perpajakan, kualitas pelayanan, kondisi keuangan dan persepsi tentang sanksi perpajakan konstan atau tetap.

Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X_3) sebesar 0,033, artinya apabila kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar satu satuan (semakin baik), maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak reklame sebesar 0,033, dengan asumsi pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kondisi keuangan dan persepsi tentang sanksi perpajakan konstan atau tetap.

Nilai koefisien regresi kondisi keuangan (X_4) sebesar 0,063, artinya apabila kondisi keuangan mengalami peningkatan sebesar satu satuan (semakin baik), maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak reklame sebesar 0,063, dengan asumsi pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan dan persepsi tentang sanksi perpajakan konstan atau tetap.

Nilai koefisien regresi persepsi tentang sanksi perpajakan (X_5) sebesar 0,469, artinya apabila persepsi tentang sanksi perpajakan mengalami peningkatan sebesar satu satuan (semakin baik), maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak reklame sebesar 0,469, dengan asumsi

pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan dan kondisi keuangan konstan atau tetap.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen/bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel dependen/terikat dalam penelitian ini. Adapun nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Hasil Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,632 ^a	,399	,367	1,556

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,399 atau 39,9% sedangkan nilai Adjusted R Square yang diperoleh adalah sebesar 0,367 atau 36,7%. Koefisien determinasi yang digunakan adalah angka dari R Square sebesar 39,9%. Angka tersebut memberikan bukti bahwa kepatuhan wajib pajak reklame dipengaruhi oleh pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kondisi keuangan dan persepsi tentang sanksi perpajakan sebesar 39,9% sedangkan sisanya sebesar 60,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pengujian Hipotesis Regresi Linier Berganda

Uji F

Hasil Uji F					
ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	151,283	5	30,257	12,503	,000 ^b
1 Residual	227,467	94	2,420		
Total	378,750	99			

Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel diatas dikaitkan dengan hipotesis yang diajukan pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 12,503 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kondisi keuangan dan persepsi tentang sanksi perpajakan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame.

Uji t

Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Hasil Uji t					
Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	2,535	1,943		1,305	,195
Pengetahuan Perpajakan	,300	,099	,278	3,032	,003
Kesadaran Wajib Pajak	,017	,094	,019	,183	,855
1 Kualitas Pelayanan Kondisi	,033	,108	,034	,309	,758
	,063	,083	,068	,755	,452

Kuangan					
Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan	,469	,085	,461	5,521	,000

- Variabel Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame
 Dari tabel terlihat bahwa nilai koefisien regresi pengetahuan perpajakan memiliki tingkat signifikansi 0,003 nilai ini lebih kecil dari 0,05 atau nilai signifikan $\text{Sig} < \alpha$. Selain itu diperoleh nilai t hitung 3.032 lebih besar dari t tabel 1.986. Hal ini berarti hipotesis penelitian yang menyatakan pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame diterima.
- Variabel Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame
 Dari tabel terlihat bahwa nilai koefisien regresi kesadaran wajib pajak memiliki tingkat signifikansi 0,855 nilai ini lebih besar dari 0,05 atau nilai signifikan $\text{Sig} > \alpha$. Selain itu diperoleh nilai t hitung 0,183 lebih kecil dari t tabel 1.986. Hal ini berarti hipotesis penelitian yang menyatakan kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame ditolak.
- Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame
 Dari tabel terlihat bahwa nilai koefisien regresi kualitas pelayanan memiliki tingkat signifikansi 0,758 nilai ini lebih besar dari 0,05 atau nilai signifikan $\text{Sig} > \alpha$. Selain itu diperoleh nilai t hitung 0,309 lebih kecil dari t tabel 1.986. Hal ini berarti hipotesis penelitian yang menyatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame ditolak.
- Variabel Kondisi Keuangan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame
 Dari tabel terlihat bahwa nilai koefisien regresi kondisi keuangan memiliki tingkat signifikansi 0,452 nilai ini lebih besar dari 0,05 atau nilai signifikan $\text{Sig} > \alpha$. Selain itu diperoleh nilai t hitung 0,755 lebih kecil dari t tabel 1.986. Hal ini berarti hipotesis penelitian yang menyatakan kondisi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame ditolak.
- Variabel Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame
 Dari tabel terlihat bahwa nilai koefisien regresi persepsi tentang sanksi perpajakan memiliki tingkat signifikansi 0,000 nilai ini lebih kecil dari 0,05 atau nilai signifikan $\text{Sig} < \alpha$. Selain itu diperoleh nilai t hitung 5.521 lebih besar dari t tabel 1.986. Hal ini berarti hipotesis penelitian yang menyatakan persepsi tentang sanksi perpajakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame diterima.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan antara pengetahuan perpajakan (X_1) terhadap kepatuhan wajib pajak reklame (Y) memiliki tingkat signifikansi $0,003 < 0,05$, karena signifikansi lebih kecil daripada 0,05 maka hal ini membuktikan pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Balikpapan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yulsiati (2015) di Kota Palembang Provinsi Sumatera Selatan. Pengetahuan perpajakan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak, karena dengan adanya pengetahuan yang dimiliki oleh wajib pajak akan mempengaruhi pemikiran dari wajib pajak untuk bertindak sesuai dengan norma dan aturan yang berlaku.

Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan antara kesadaran wajib pajak (X_2) terhadap kepatuhan wajib pajak reklame (Y) memiliki tingkat signifikansi $0,855 > 0,05$. Tingkat signifikansi lebih besar daripada 0,05 maka hal ini membuktikan bahwa kesadaran wajib pajak tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Balikpapan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sapriadi (2013) di Kecamatan Selupu Rejang Provinsi Bengkulu, Pratiwi (2014) di Kota Denpasar Provinsi

Bali dan Yusnidar (2015) di Kecamatan Jombang Provinsi Jawa Timur, namun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulsiati (2015) di Kota Palembang Provinsi Sumatera Selatan yang menyatakan kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Artinya setinggi apapun tingkat kesadaran wajib pajak tidak akan mempengaruhi mereka untuk membayar pajak, hal ini bisa saja dikarenakan wajib pajak belum begitu paham tentang perpajakan.

Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan antara kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepatuhan wajib pajak reklame (Y) memiliki tingkat signifikansi $0,758 > 0,05$. Tingkat signifikansi lebih besar daripada $0,05$ maka hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Balikpapan. Penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sapriadi (2013) di Kecamatan Selupu Rejang Provinsi Bengkulu, Pratiwi (2014) di Kota Denpasar Provinsi Bali, Sanjaya (2014) di Kota Denpasar Provinsi Bali, Yusnidar (2015) di Kecamatan Jombang Provinsi Jawa Timur dan Pranata (2015) di Kota Denpasar Provinsi Bali, yang menyatakan mutu pelayanan baik yang diterima oleh wajib pajak dari petugas pajak akan membuat wajib pajak cenderung patuh untuk membayar kewajiban perpajakannya.

Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan antara kondisi keuangan (X_4) terhadap kepatuhan wajib pajak reklame (Y) memiliki tingkat signifikansi $0,452 > 0,05$. Tingkat signifikansi lebih besar daripada $0,05$ maka hal ini membuktikan bahwa kondisi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Balikpapan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pratiwi (2014) di Kota Denpasar Provinsi Bali yang menyatakan bahwa tingkat kepatuhan pajak yang tinggi dapat terjadi apabila kondisi keuangan dalam keadaan baik karena wajib pajak akan merasa terdorong untuk patuh dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Namun hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa tingkat penghasilan yang rendah menyebabkan wajib pajak tidak membayar pajak, karena penghasilan tidak memungkinkan untuk melaksanakan kewajiban tersebut yang akhirnya membuat mereka tidak patuh.

Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan antara persepsi tentang sanksi perpajakan (X_5) terhadap kepatuhan wajib pajak reklame (Y) memiliki tingkat signifikansi $0,000 > 0,05$ karena signifikansi lebih kecil daripada $0,05$ maka hal ini membuktikan bahwa persepsi tentang sanksi perpajakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Balikpapan. Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pratiwi (2014) di Kota Denpasar Provinsi Bali. Pandangan tentang pengenaan sanksi pajak akan lebih merugikan apabila wajib pajak melakukan penghindaran pajak menjadi faktor pendorong bagi wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya.

Berdasarkan analisis secara simultan atau keseluruhan yang telah dilakukan diperoleh hasil nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kondisi keuangan dan persepsi tentang sanksi perpajakan bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame yang terdaftar di Dinas Pendapatan Daerah Kota Balikpapan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yaitu Sapriadi (2013) di Kecamatan Selupu Rejang Provinsi Bengkulu, Arviana (2014) di Mojokerto Provinsi Jawa Timur dan Yusnidar (2015) di Kecamatan Jombang Provinsi Jawa Timur

SIMPULAN

Berdasarkan hasil uji penelitian mengenai pengaruh pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kondisi keuangan dan persepsi tentang sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame di Kota Balikpapan, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame.
2. Kesadaran wajib pajak tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame.
3. Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak

reklame

4. Kondisi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame
5. Persepsi tentang sanksi perpajakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame
6. Pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kondisi keuangan dan persepsi tentang sanksi perpajakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame.
7. Kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan dan kondisi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame.

SARAN

Berdasarkan pada analisis dan kesimpulan yang berkaitan dengan penelitian ini, maka saran-saran yang diberikan oleh penulis adalah:

1. Bagi Dispenda, diharapkan dapat dijadikan bahan masukan untuk perbaikan sistem pelayanan pajak yang meliputi waktu pelayanan, tanggapan dalam merespon permasalahan dan memberikan informasi kepada wajib pajak.
2. Bagi Wajib Pajak Reklame, diharapkan agar dapat memahami tentang pengetahuan perpajakan dan sanksi perpajakan sehingga dapat mematuhi peraturan perpajakan yang telah ditetapkan oleh pemerintah.
3. Bagi ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kaji lebih lanjut bagi perkembangan ilmu yang berhubungan dengan perpajakan khususnya mengenai pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kondisi keuangan wajib pajak dan persepsi tentang sanksi perpajakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arviana, Nerissa dan Arja Sadjarto. 2014. "Pengaruh Pemahaman Peraturan, Omset, Pemerisakaan, Sanksi, Relasi Sosial dan Persaingan Usaha Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran Di Mojokerto Tahun 2014" : Tax & Accounting Review, Vol.4 No.1
- Horne, James C. Van dan John M. Wachowicz. 2012. "Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan". Jakarta : Salemba Empat.
- Ikhsan, Arfan dan Muhammad Ishak. 2005. "Akuntansi Keperilakuan". Jakarta : Salemba Empat.
- Jatmiko, Agus Nugroho. 2006. Pengaruh Sikap Wajib Pajak Pada Pelaksanaan Sanksi Denda, Pelayanan Fiskus dan Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Semarang. Universitas Diponegoro Semarang: Tesis Magister Akuntansi
- Kurniawan, Albert. 2014. "Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis". Bandung : Alfabeta.
- Kusmuriyanto, Susmiatun. 2014. "Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Ketegasan Sanksi Perpajakan dan Keadilan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Semarang" : Accounting Analysis Journal Universitas Negeri Semarang. ISSN : 2252-6765
- Mardiasmo. 2011. "Perpajakan Edisi Revisi". Yogyakarta : Andi.
- Masdar, Sjahrazad, dkk. 2009. "Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi Untuk Pelayanan Publik". Surabaya : Airlangga.
- Peraturan Daerah Kota Balikpapan Nomor 7 Tahun 2010 Tentang Pajak Reklame. <http://jdih.balikpapan.go.id/index.php/component/remository/perda/Tahun-2010/Perda-No.-07-Tahun-2010-tentang-Pajak-Reklame/?Itemid=477>. Diakses pada tanggal 17 Desember 2015. Pukul 18:20.

- Peraturan Daerah Kota Balikpapan Nomor 8 Tahun 2014 Tentang Izin Reklame. <http://jdih.balikpapan.go.id/index.php/component/remository/perda/Tahun-2014/Perda-No.-08-Tahun-2014-tentang-Izin-Reklame/?Itemid=477>. Diakses pada tanggal 17 Desember 2015. Pukul 18:20.
- Pranata, Putu Aditya dan Putu Ery Setiawan. 2015. "Pengaruh Sanksi Perpajakan, Kualitas Pelayanan Dan Kewajiban Moral Pada Kepatuhan Wajib Pajak" : E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 10.2. ISSN : 2302-8556.
- Prastowo, Dwi. 2014. "Analisis Laporan Keuangan". Edisi Ketiga. UPP STIM YKPN
- Pratiwi, I G. A. M. Agung Mas Andriani dan Putu Ery Setiawan. 2014. "Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Kondisi Keuangan dan Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Di Dinas Pendapatan Kota Denpasar" : E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 6.2. ISSN : 2302-8556.
- Purwono, Herry. 2010. "Dasar-Dasar Perpajakan & Akuntansi Pajak". Jakarta : Erlangga.
- Sanjaya, I Putu Adi Putra. 2014. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kewajiban Moral Dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Hotel" : E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 7.1. ISSN : 2302-8556.
- Samudra, Azhari Aziz. 2015. "Perpajakan Di Indonesia Keuangan, Pajak dan Retribusi Daerah". Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Sapriadi, Doni. 2013. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak, Sanksi Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar PBB" : Jurnal Akuntansi Universitas Negeri Padang. Vol. 1 No. 1 2013.
- Siahaan, Marihot P. 2004. "Utang Pajak, Pemenuhan Kewajiban, dan Penagihan Pajak dengan Surat Paksa". Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Simanjuntak, Timbul Hamonangan dan Imam Mukhlis. 2012. "Dimensi Ekonomi Perpajakan Dalam Pembangunan Ekonomi". Jakarta : Raih Asa Sukses.
- Sudjinar. 2014. "Manajemen Keuangan". Balikpapan : Universitas Balikpapan.
- Sugiyono. 2014. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D". Bandung : Alfabeta.
- Umar, Husein. 1996. "Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis Edisi Kedua". Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Waluyo. 2014. "Akuntansi Pajak Edisi 5". Jakarta : Salemba Empat.
- Yulsiati, Henny. 2015. "Analisis Pengaruh Sikap, Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan dan Pemahaman Peraturan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan Di Kecamatan Kemuning Kota Palembang" : Jurnal Akuntanika No.1 Vol.2 Juli-Desember 2015.
- Yusnidar, Johan, dkk. 2015. "Pengaruh Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Melakukan Pembayaran Pajak Bumi Dan Bangunan Perdesaan Dan Perkotaan" : Jurnal Perpajakan (JEJAK). Vol. 1 No. 1 Januari 2015.