

**FAKTOR PENENTU MINAT WAJIB PAJAK BADAN ATAS INSENTIF PERPAJAKAN
DI MASA PANDEMI COVID-19**

(Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan)

Disusun Oleh:

Adham Medyanta

NIM. 175020307111009

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih
Derajat Sarjana Akuntansi



JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

FAKTOR PENENTU MINAT WAJIB PAJAK BADAN ATAS INSENTIF PERPAJAKAN DI MASA PANDEMI COVID-19

(Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan)

Yang disusun oleh:

Nama : Adham Medyanta

NIM : 175020307111009

Universitas : Universitas Brawijaya

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Akuntansi

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Malang, 31 Mei 2021
Dosen Pembimbing


Ayu Fery Puspita, MSA., Ak.
NIP. 88121402 3 2 0012

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

**FAKTOR PENENTU MINAT WAJIB PAJAK BADAN ATAS INSENTIF PERPAJAKAN
DI MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan)**

Yang disusun oleh:

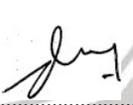
Nama : Adham Medyanta
NIM : 175020307111009
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Akuntansi

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 21 Juni 2021 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

1. Ayu Fury Puspita, MSA., CA., Ak.
NIP. 2013128812142001
(Dosen Pembimbing)
2. Dr. Lilik Purwanti, MSi., CA., Ak.
NIP. 196407091991032007
(Dosen Penguji I)
3. Devy Pusposari, MSi., CA., Ak.
NIP. 197511052003122001
(Dosen Penguji II)





Malang, 8 Juli 2021

Ketua Program Studi S1 Akuntansi



Dr. Dra. Arum Prastiwi, M.Si., Ak
NIP. 196707142005012001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adham Medyanta

NIM : 175020307111009

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang Saya susun dengan judul:

**FAKTOR PENENTU MINAT WAJIB PAJAK BADAN ATAS INSENTIF
PERPAJAKAN DI MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan Saya tidak benar, maka Saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat lulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Malang, 31 Mei 2021

Pembuat Pernyataan,



Adham Medyanta

NIM. 175020307111009

RIWAYAT HIDUP

Nama : Adham Medyanta

Jenis Kelamin : Laki - Laki

Tempat/Tanggal Lahir : Solok, 17 September 1998

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat Rumah : Jl. Simpang Panji Suroso 1 Perumahan Blimbing Permai Estate B-61

Alamat E-mail : adhammedyantaa@gmail.com

Pendidikan Formal :

Sekolah Dasar (2007-2011) : SD Negeri Kauman 1 Malang

SMP (2011 - 2014) : SMP Negeri 5 Malang

SMA (2014 - 2017) : SMA Negeri 1 Malang

Perguruan Tinggi (2017 - 2021) : S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Universitas Brawijaya

Pendidikan Non-Formal :

- Program Sertifikasi Perpajakan A, B, dan C di PT. Cipta Sarana Cendekia, Malang

Pengalaman Organisasi :

- Kepala Sub-Departemen Sumber Daya Manusia Himpunan Mahasiswa Jurusan Akuntansi (2019)

- Koordinator Divisi Acara Introduksi Akuntansi 2019 HMJA FEB UB (2019)

- Staff Divisi Kesekretariatan *Brawijaya Accounting Fair* 2019 HMJA FEB UB (2019)

- Staff Departemen Sumber Daya Manusia Himpunan Mahasiswa Jurusan Akuntansi (2018)

- Staff Divisi Acara Introduksi Akuntansi HMJA FEB UB 2018 (2018)

- Staff Divisi Hubungan Masyarakat *Self Development Training* (SDT) BEM FEB UB 2018 (2018)

- Staff Divisi Hubungan Masyarakat Upgrading Akuntansi 2018 HMJA FEB UB (2018)

- Staff Divisi Marketing *Accounting Meeting* 2018 HMJA FEB UB (2018)

- Koordinator Divisi Perlengkapan *Charity Event* 2017 HMJA FEB UB (2017)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT, tanpa izin dan ridho-Nya maka penulis tidak mungkin akan dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul **“Faktor Penentu Minat Wajib Pajak Badan Atas Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19”**, sebagai salah satu syarat untuk meraih derajat Sarjana Akuntansi.

Berkat doa serta dukungan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar sampai sekarang. Oleh karenanya, penulis merasa berkewajiban untuk mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan segala karunia, nikmat dan kasih sayang yang tidak terkira, sehingga penulis masih dapat bertahan sampai di titik ini.
2. Keluarga tercinta, terutama Orang tua yang selalu mendukung apapun pilihan penulis dan tidak hentinya memberikan kasih sayang, restu dan doanya, serta kakak penulis sebagai satu-satunya saudara kandung.
3. Bapak Nurkholis, SE., M.Bus.(Acc). Ak., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
4. Bapak Dr. Drs. Roekhudin, M.Si., Ak. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
5. Ibu Ayu Fury Puspita, MSA., Ak. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, arahan dan masukannya selama penyusunan skripsi berlangsung.
6. Seluruh dosen jurusan akuntansi beserta staff yang telah membantu serta menemani selama empat tahun di kampus.
7. Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian skripsi.
8. Instansi – instansi yang telah memberikan saran serta kesediaan waktunya dalam ikut membantu dan berkontribusi pada skripsi yang disusun penulis.
9. Teman-teman seperjuangan seperti Bisma Fajrianto, Cunanda Fauzi D.E. , Garindhaka Rafif K., Mahdavika Qolbi I., Azka Millatina Y., Nining Nuraeny,

Dafin Alamsyah, Auriel Adi Pradana, Tiffany Roselina, Risalatun Nahdia T., Akhbar Aris dan teman teman lainnya yang selalu saling memotivasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

10. Kepada diri saya sendiri, terima kasih karena telah kuat bertahan melewati semua proses kehidupan dan selalu berusaha untuk tidak menyerah serta bersabar saat keadaan terendah sekalipun. Terima kasih karena sudah menjadi kuat.

Akhir kata, meskipun masih banyak kekurangan dalam pembuatan skripsi ini, penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan kebermanfaatn kepada berbagai pihak.

Malang, 31 Mei 2021


Adham Medyanta
NIM. 175020307111009



**FAKTOR PENENTU MINAT WAJIB PAJAK BADAN ATAS INSENTIF
PERPAJAKAN DI MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan)**

Adham Medyanta

adhammedyanta@gmail.com

Ayu Fury Puspita, MSA., Ak.

ayufurypuspita@ub.ac.id

Accounting Department, Faculty of Economics and Business, Brawijaya University
Jl. MT. Haryono 165, Malang 65145, Indonesia

ABSTRAK

Salah satu kebijakan pemerintah untuk menjaga, mencegah, serta memulihkan kondisi perekonomian di saat masa pandemi COVID-19 maupun setelah masa pandemi COVID-19 ialah membuat kebijakan insentif pajak masa pandemi COVID-19. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang membuktikan pengaruh persepsi kualitas pelayanan, persepsi faktor sosial, persepsi pemahaman pajak, dan kondisi ekonomi Wajib Pajak terhadap minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19. Responden pada penelitian ini berjumlah 70 Wajib Pajak Badan yang terdaftar di KPP Pratama Malang Selatan dan berpusat di Kota Malang dan dikumpulkan menggunakan metode survei dengan instrumen kuesioner dan penentuan sampel dengan metode *Purposive Sampling*. Analisis yang dipergunakan adalah analisis regresi berganda guna menguji pengaruh dengan menggunakan Uji t melalui aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas pelayanan, persepsi pemahaman pajak, kondisi ekonomi wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19, sedangkan variabel persepsi faktor sosial tidak berpengaruh signifikan.

Kata Kunci : Persepsi Kualitas Pelayanan, Persepsi Faktor Sosial, Persepsi Pemahaman Pajak, Kondisi Ekonomi Wajib Pajak, Minat Wajib Pajak Badan Memanfaatkan Insentif Perpajakan di masa Pandemi COVID-19



**THE FACTORS DETERMINING CORPORATE TAXPAYERS' INTENTION TO
BENEFIT FROM TAX INCENTIVES DURING THE COVID-19 PANDEMIC
(A Case Study on Malang Selatan Taxpayer Office)**

Adham Medyanta

adhammedyanta@gmail.com

Ayu Fury Puspita, MSA., Ak.

ayufurypuspita@ub.ac.id

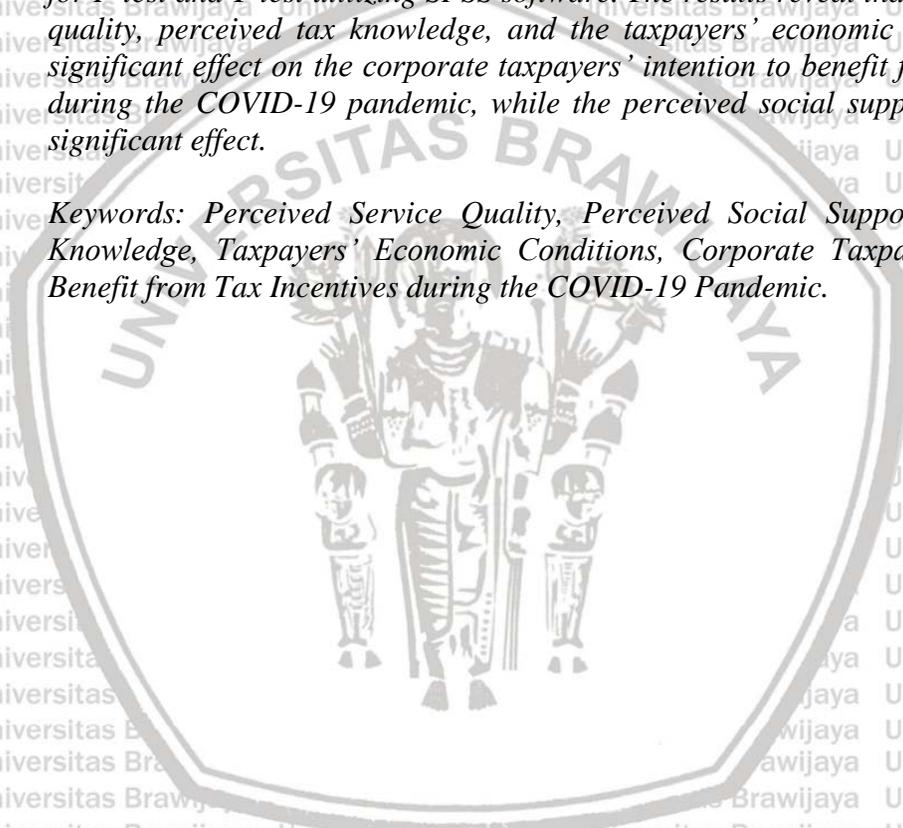
Accounting Department, Faculty of Economics and Business, Universitas Brawijaya

Jl. MT. Haryono 165, Malang 65145, Indonesia

ABSTRACT

One of the endeavors by the government to sustain, if not all restore the economy during and after the COVID-19 pandemic is providing policy of tax incentive. This research applies quantitative approach, determining the effect of perceived service quality, perceived social support, perceived tax knowledge, and taxpayers' economic conditions on the corporate taxpayers' intention to benefit from tax incentives during the COVID-19 pandemic. The respondents collected through a survey method utilizing questionnaires include 70 corporate taxpayers registered in Malang Selatan Taxpayer Office and based in Malang City. The samples are determined by using purposive sampling method, and analyzed by multiple regression for F-test and T-test utilizing SPSS software. The results reveal that perceived service quality, perceived tax knowledge, and the taxpayers' economic conditions have a significant effect on the corporate taxpayers' intention to benefit from tax incentives during the COVID-19 pandemic, while the perceived social support factors has no significant effect.

Keywords: Perceived Service Quality, Perceived Social Support, Perceived Tax Knowledge, Taxpayers' Economic Conditions, Corporate Taxpayers' Intention to Benefit from Tax Incentives during the COVID-19 Pandemic.



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	1
BAB I	3
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kontribusi Penelitian.....	9
1.4.1 Kontribusi teoritis.....	9
1.4.2 Kontribusi praktis.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II	12
2.1 Teori yang Mendasari Penelitian.....	12
2.1.1 TPB (Theory of Planned Behavior).....	12
2.1.2 Wajib Pajak.....	15
2.1.3 Insentif Perpajakan PPh Pasal 21 DTP di Masa Pandemi COVID-19.....	16
2.2 Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	17
2.2.1 Persepsi Kualitas Pelayanan.....	17
2.2.2 Persepsi Faktor Sosial.....	18
2.2.3 Persepsi Pemahaman Pajak.....	19
2.2.4 Kondisi Ekonomi Wajib Pajak.....	20
2.2.5 Minat Wajib Pajak Badan.....	21
2.3 Rerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis.....	22
2.3.1 Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan Insentif Pajak di Masa Pandemi COVID-19.....	22



2.3.2	Pengaruh Persepsi Faktor Sosial terhadap minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan Insentif Pajak di Masa Pandemi COVID-19.....	23
2.3.3	Pengaruh Persepsi Pemahaman Pajak terhadap minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan Insentif Pajak di Masa Pandemi COVID-19.....	24
2.3.4	Pengaruh Kondisi Ekonomi Wajib Pajak terhadap minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan Insentif Pajak di Masa Pandemi COVID-19.....	25
2.4	Model Penelitian.....	27
BAB III		28
3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
3.3	Data Penelitian dan Sumbernya.....	31
3.3.1	Jenis dan Sumber Data.....	31
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4	Metode Analisis Data.....	33
3.4.1	Uji Validitas.....	33
3.4.2	Uji Reliabilitas.....	33
3.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.4.4	Model Regresi.....	35
3.4.5	Analisis Regresi.....	36
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	40
BAB IV		49
4.1	Latar Belakang Institusional Obyek Penelitian.....	49
4.1.1	Historis Kantor.....	49
4.1.2	Lokasi Kantor.....	50
4.1.3	Wilayah Kerja.....	50
4.1.4	Tugas dan Fungsi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan... ..	50
4.1.5	Struktur Organisasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan.....	52
4.1.6	Visi dan Misi.....	52
4.2	Penyajian Hasil Pengujian Data.....	53
4.2.1	Deskripsi Responden.....	53



4.2.2	Statistik Deskriptif	55
4.2.3	Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas Pelayanan (X_1).....	57
4.2.4	Deskripsi Variabel Persepsi Faktor Sosial (X_2)	59
4.2.5	Deskripsi Variabel Persepsi Pemahaman Pajak (X_3).....	60
4.2.6	Deskripsi Variabel Kondisi Ekonomi Wajib Pajak (X_4).....	61
4.2.7	Deskripsi Variabel Minat Wajib Pajak Badan Memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19 (Y)	62
4.3	Analisis Hasil Penelitian	63
4.3.1	Uji Validitas	63
4.3.2	Uji Reliabilitas	64
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	66
4.3.4	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	71
4.3.5	Pengujian Hipotesis.....	73
4.3.6	Diskusi Hasil Penelitian	77
BAB V	82
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Keterbatasan Penelitian	83
5.3	Saran untuk Penelitian Berikutnya	84
DAFTAR PUSTAKA	85

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Jumlah Sampel..... 30

Tabel 3.2 : Tabel Operasional Variabel..... 38

Tabel 4.1 : Karakteristik Responden..... 54

Tabel 4.2 : Kategori Penilaian Berdasarkan Skala..... 55

Tabel 4.3 : Statistik Deskriptif 56

Tabel 4.4 : Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas Pelayanan (X₁) 58

Tabel 4.5 : Deskripsi Variabel Persepsi Faktor Sosial (X₂) 59

Tabel 4.6 : Deskripsi Variabel Persepsi Pemahaman Pajak (X₃)..... 60

Tabel 4.7 : Deskripsi Variabel Kondisi Ekonomi Wajib Pajak (X₄) 61

Tabel 4.8 : Deskripsi Variabel Minat Wajib Pajak Badan Memanfaatkan Insentif
Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19 62

Tabel 4.9 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 65

Tabel 4.10 : Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*..... 66

Tabel 4.11 : Uji Multikolinearitas 68

Tabel 4.12 : Hasil Perhitungan Analisis Regresi Berganda 71

Tabel 4.13 : Uji Koefisien Determinasi (R²)..... 74

Tabel 4.14 : Hasil Uji F..... 75

Tabel 4.15 : Hasil Uji t..... **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 : Hasil Pengujian Normalitas dengan Normal Probability Plot..... 67

Gambar 4.2 : Grafik Scatterplot..... 70



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Coronavirus Disease 2019 atau yang sering dikenal sebagai Virus COVID-19 menjadi pandemi dan wabah virus yang mendunia. Virus ini mulai mewabah di Wuhan, Cina pada akhir bulan Desember 2019 serta mulai memasuki Indonesia dengan kasus pertama yang diumumkan bertepatan dengan tanggal 2 Maret 2020. Pada bulan pertama setelah terjadinya kasus pertama telah terhitung sebanyak 23.851 pasien positif, 1.473 yang meninggal, dan 6.057 pasien sembuh dengan daerah yang paling banyak jumlah masyarakat yang terdampak yakni di Pulau Jawa dan sampai saat ini pada 9 September 2020, setelah 6 bulan lebih kasus Virus COVID-19 berkembang dengan cepat dilihat sudah 203.342 pasien positif, 8.336 meninggal, dan 145.200 sembuh (covid.go.id, 2020). Penyebaran Virus COVID-19 ini semakin lama semakin cepat menyebar sehingga pemerintah pusat dan beberapa pemerintahan daerah melaksanakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Penerapan PSBB pertama dilakukan oleh Provinsi DKI Jakarta dan resmi berlaku pada tanggal 10 April 2020 diikuti 5 wilayah di Provinsi Jawa Barat. Pengujian PSBB ini dilakukan agar terjadi pelandaian kasus positif COVID-19 sehingga pemerintah dapat menetapkan masa transisi menuju masyarakat sehat dan aman. Masa transisi berlangsung sejak 5 Juni sampai 2 Juli 2020 sebelum diperlakukannya masa new normal yang mana masyarakat dapat melakukan segala kegiatan dan pekerjaan kembali namun dengan protokol kesehatan yang berlaku hingga saat ini (Kompas.com, 2020). Kondisi adanya pandemi

ini tentu berdampak pada berbagai aspek terutama pada perekonomian dan ketenagakerjaan. Berbagai perusahaan mulai merasakan penurunan laba sehingga tak jarang ada yang mulai gulung tikar dan terpaksa mem-PHK karyawan-karyawan demi melanjutkan perusahaannya. Menurut Menteri Keuangan Sri Mulyani memperkirakan terjadi penurunan pendapatan negara sebesar 10 persen pada tahun ini, melihat roda perekonomian Indonesia terhambat (tirto.id, 2020).

Pemerintah tentu tidak tinggal diam melihat kondisi perekonomian. Pemerintah berupaya menerapkan bermacam – macam kebijakan dalam mempertahankan perekonomian Indonesia dengan salah satunya memberikan insentif pajak. Insentif pajak yang dibuat pemerintah adalah sebagai bentuk respon pemerintah melihat penurunan produktivitas pelaku – pelaku usaha. Pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 23 Tahun 2020 mengenai insentif pajak bagi Wajib Pajak yang terdampak wabah virus COVID-19. Jenis insentif pajak yang dikeluarkan yakni PPh Pasal 21 DTP yang ditanggung pemerintah bagi Wajib Pajak orang pribadi yang berstatus pegawai dari pemberi kerja yang memiliki Kode Klasifikasi Lapangan Usaha (KLU) baik dalam bentuk industri dan jasa yang telah ditetapkan sehingga tidak semua Wajib Pajak yang berstatus pegawai dapat memanfaatkan insentif pajak ini.

Insentif Pajak PPh Pasal 21 DTP memiliki manfaat tidak hanya untuk perekonomian secara umum, namun juga bermanfaat dari segi Wajib Pajak Badan Orang Pribadi dan Wajib Pajak Badan. Wajib Pajak Orang Pribadi akan merasakan manfaat yang mana penghasilan yang awalnya dipotong Pajak PPh Pasal 21 menjadi dikembalikan secara tunai untuk menambah penghasilannya sehingga dapat membantu perekonomiannya secara pribadi di masa pandemi COVID-19 saat ini. Tidak hanya

bermanfaat bagi Wajib Pajak Orang Pribadi, insentif ini bermanfaat bagi Wajib Pajak Badan atau pemberi kerja yang mana dapat membantu kondisi keuangan Badan di masa pandemi COVID-19 ini sehingga entitas dapat tetap berjalan tanpa mengurangi biaya – biaya yang ada salah satunya gaji pegawai serta menutup kemungkinan terjadinya pemutusan hubungan kerja bagi pegawai – pegawainya.

Penelitian yang akan diteliti oleh peneliti memfokuskan pada insentif pajak jenis PPh Pasal 21 DTP karena tertuju pada objek penelitian ini yakni Wajib Pajak Badan karena dalam segi untuk memanfaatkannya, peran badan atau pihak pemberi kerja yang mengajukan, melaksanakan dan memproses kebijakan insentif ini agar insentif dapat dimanfaatkan oleh pegawai entitas. Insentif pajak PPh Pasal 21 DTP diperuntukkan untuk Wajib Pajak orang pribadi yang memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) serta memperoleh gaji atau penghasilan bruto tetap yang tidak lebih dari 200 juta rupiah per tahun dari pemberi kerja yang memiliki KLU dan sudah ditetapkan menjadi perusahaan dengan Kemudahan Impor Tujuan Ekspor (KITE). Insentif ini membuat pajak yang awalnya ditanggung Wajib Pajak menjadi ditanggung pemerintah hingga akhir masa pajak September 2020 sehingga Wajib Pajak mendapat penambahan penghasilan. Apabila ingin memanfaatkan insentif pajak ini, pemberi kerja perlu mengajukan pemberitahuan permohonan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP secara online pada *website* www.pajak.go.id dengan format yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Kemudian jika telah disetujui, insentif pajak PPh Pasal 21 DTP akan dibayarkan secara tunai oleh pemberi kerja saat pembayaran gaji kepada seluruh pegawai yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Pemberi kerja perlu melaporkan realisasi pajak yang ditanggung pemerintah tiap bulan yang telah tertera

pada SPT Masa PPh Pasal 21 DTP. Laporan yang akan dilaporkan oleh pemberi kerja harus diunggah pada layanan *e-reporting* dengan menyertakan lampiran Surat Setoran Pajak atau cetakan biling yang telah distempel perusahaan. Penggunaan layanan *e-reporting* ini menjadi salah satu konsekuensi bagi pihak yang ingin memanfaatkan insentif pajak masa pandemi COVID-19 dalam memanfaatkan insentif pajak yang ditawarkan pemerintah.

Penelitian ini menggunakan objek penelitian yakni Wajib Pajak Badan yang telah memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Malang Selatan dan berpusat di Kota Malang. Peneliti memilih objek penelitian ini dikarenakan lingkup dari pelayanan dari KPP Malang Selatan yang mencakup 3 kecamatan dari 2 kecamatan yang ada di Kota Malang, yakni Kecamatan Klojen, Kecamatan Kedungkandang, dan Kecamatan Sukun. Ketiga kecamatan ini terdapat pusat perdagangan dan banyak ditemui badan usaha dan entitas seperti pertokoan, perkantoran, perhotelan, dan badan usaha lainnya.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak, responden Wajib Pajak 73% mengetahui jika pemerintah telah mengeluarkan stimulus fiskal yang salah satunya yakni insentif pajak dan jenis yang responden paling banyak mengetahui dan telah memanfaatkannya yakni insentif pajak PPh Pasal 21 DTP ditanggung pemerintah dan pengurangan angsuran PPh Pasal 25. Pemberian stimulus fiskal berbentuk insentif pajak ini belum dimanfaatkan secara efektif dan keseluruhan sesuai harapan pemerintah karena terdapat beberapa kendala seperti Wajib Pajak belum memprioritaskan insentif pajak, Wajib Pajak tidak mengetahui informasi adanya

insentif pajak, dan kesulitan administrasi dalam pengajuan pendaftaran Wajib Pajak yang ingin memanfaatkan insentif pajak ini (Sakti, 2020).

Kondisi seperti pandemi COVID-19 beserta isu yang telah tersebar dapat mempengaruhi perilaku individu dan juga sebagai respon rasa takut hingga memikirkan sesuatu yang akan terjadi yang akan dihadapi oleh individu (Banga, 2014).

Kondisi pandemi COVID-19 dapat menjadi salah satu faktor eksternal karena dampak yang diakibatkan mempengaruhi berbagai sektor penting dalam kehidupan masyarakat seperti perekonomian, pendidikan, dan lain sebagainya. Beberapa persepsi – persepsi dan contoh inilah yang dapat mempengaruhi minat Wajib Pajak.

Beberapa penelitian yang sudah dilakukan mencoba untuk menganalisis apa yang membuat seseorang untuk memiliki minat akan sesuatu. Salah satu teori yang banyak digunakan untuk menganalisis minat seseorang ialah *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang diusulkan oleh Ajzen (1991) sebagai perkembangan dari teori sebelumnya yakni *Theory of Reasoned Action* (TRA). Pada Teori TPB terdapat tiga faktor yang menimbulkan adanya minat yang nantinya akan menentukan individu untuk memutuskan menggunakan maupun tidak. Faktor – faktor yang dapat menimbulkan minat tersebut diantaranya sikap, norma subjektif, dan kemampuan mengontrol. Sikap dapat ditentukan oleh keyakinan baik ada tidaknya suatu manfaat atau keuntungan yang akan diperoleh individu apabila melakukan maupun tidak melakukan perilaku itu. Norma Subjektif dapat ditentukan dari keyakinan seseorang atas pandangan orang lain. Serta kontrol perilaku yang dapat ditentukan oleh keyakinan individu mengenai mudah tidaknya mewujudkan perilaku tertentu baik berupa ketersediaan sumberdaya, peralatan, kompetensi, dan lainnya. Perkembangan faktor –

faktor teori TPB ini dikembangkan oleh beberapa peneliti yang menghasilkan beberapa variabel penelitian baru diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Ryu et al. (2003) yang menjelaskan norma subyektif dan sikap dapat mempengaruhi minat dalam berbagi pengetahuan. Penelitian lain seperti penelitian oleh Lin (2007) dan penelitian yang dilakukan oleh Chatzoglou & Vraimaki (2009) bahwa dukungan orang lain, kepuasan pribadi, dan tekanan sosial dapat mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan sesuatu. Menurut Carter et al., (2011) faktor – faktor yang dapat mempengaruhi minat Wajib Pajak diantaranya harapan usaha, harapan kinerja, pengaruh sosial, persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan kepercayaan pada perantara independen. Teori dan beberapa penelitian ini menjadi acuan bagi peneliti untuk meneliti variabel persepsi kualitas pelayanan, persepsi faktor sosial, persepsi pemahaman pajak, serta kondisi ekonomi Wajib Pajak berdasar teori TPB dan masih sedikit atau belum adanya penelitian yang meneliti minat Wajib Pajak untuk menggunakan insentif pajak di masa pandemi COVID-19.

Berbagai penelitian telah meneliti mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat Wajib Pajak dalam memanfaatkan fasilitas yang diberikan pemerintah seperti penelitian yang dilakukan oleh Winna (2011) terkait analisis faktor – faktor yang mempengaruhi minat perilaku Wajib Pajak Badan untuk menggunakan *e-filing*. Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki perbedaan pada penelitian yang lain karena meneliti terkait fasilitas pemerintah atau kebijakan yang ada pada masa pandemi COVID-19 yakni insentif pajak PPh Pasal 21 DTP masa pandemi COVID-19 sehingga menjadi salah satu keterbaruan atau pembeda pada penelitian ini. Pada penelitian yang dilakukan oleh Sutrisno (2016) menjelaskan

apabila persepsi kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap minat individu dalam melakukan sesuatu, namun terdapat perbedaan hasil pada penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni (2017) yang menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat. Hal – hal mengenai minat Wajib Pajak ini juga terdapat pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak yang telah dipresentasikan oleh Bapak Nufransa Wira, Staf Ahli Bidang Pengawasan Pajak Kementerian Keuangan Republik Indonesia pada Webinar online pajak pada bulan Oktober tahun 2020. Hasil presentasi webinar menjelaskan jika belum banyak Wajib Pajak yang memanfaatkan insentif pajak dikarenakan beberapa faktor seperti, pemahaman pajak, kondisi ekonomi Wajib Pajak, kualitas pelayanan serta kompleksitas dalam pelayanan pengadministrasiannya. Pada webinar juga dikemukakan mengenai pengenalan insentif pajak kepada masyarakat terutama para pelaku usaha yang sudah dilakukan secara gencar namun masih banyak pelaku usaha yang belum memanfaatkan insentif pajak masa pandemi ini, sejalan dengan beberapa hasil penelitian terdahulu yang menguji pengaruh variabel persepsi faktor sosial, persepsi pemahaman pajak dan kondisi ekonomi Wajib Pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2018) menjelaskan apabila persepsi pemahaman pajak berpengaruh terhadap minat. Dimana penelitian oleh Ghani & Kusumowati (2020) juga meneliti pengaruh persepsi faktor sosial terhadap minat dan menunjukkan hasil bahwa terdapat adanya pengaruh yang artinya Wajib Pajak mau atau minat karena pengaruh persepsi faktor sosial dari teman, rekan sekerja, pemerintah, dan lainnya.

Berdasarkan regulasi insentif pajak di masa pandemi COVID-19 bagi Wajib Pajak tertentu, peneliti ingin menguji secara empiris pengaruh variabel persepsi

kualitas pelayanan, persepsi faktor sosial, persepsi pemahaman pajak dan kondisi ekonomi Wajib Pajak terhadap minat Wajib Pajak menggunakan insentif pajak, khususnya insentif pajak PPh Pasal 21 DTP ditanggung pemerintah. Maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“FAKTOR PENENTU MINAT WAJIB PAJAK BADAN ATAS INSENTIF PERPAJAKAN DI MASA PANDEMI COVID-19”**

1.2 Rumusan Masalah

- 1) Apakah pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap minat Wajib Pajak Badan ?
- 2) Apakah pengaruh persepsi faktor sosial terhadap minat Wajib Pajak Badan ?
- 3) Apakah pengaruh persepsi pemahaman pajak terhadap minat Wajib Pajak Badan ?
- 4) Apakah pengaruh kondisi ekonomi Wajib Pajak Badan terhadap minat Wajib Pajak Badan ?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap minat Wajib Pajak Badan.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh persepsi faktor sosial terhadap minat Wajib Pajak Badan.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh persepsi pemahaman pajak terhadap minat Wajib Pajak Badan.

4) Untuk mengetahui pengaruh kondisi ekonomi Wajib Pajak Badan terhadap minat Wajib Pajak Badan.

1.4 Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat serta dapat memberikan kontribusi yang mencakup sebagai berikut :

1) Kontribusi teoritis

Kontribusi teoritis yang diharapkan dari penelitian ini adalah menjadi salah satu wawasan pengetahuan serta sumber acuan dalam pencarian informasi mengenai dunia perpajakan yang diberikan untuk seluruh masyarakat terutama mahasiswa serta menambah bukti empiris dari teori TPB yang telah digunakan dalam menguji variabel persepsi kualitas pelayanan, persepsi faktor sosial, persepsi pemahaman pajak, dan kondisi ekonomi Wajib Pajak pada penelitian ini.

2) Kontribusi praktis

Selain kontribusi teoritis, peneliti juga berharap penelitian ini memberikan kontribusi praktis yakni bermanfaat bagi pemerintah dalam meningkatkan minat wajib pajak badan terkait fasilitas perpajakan di masa pandemi COVID-19 ini.

3) Kontribusi Kebijakan

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki kontribusi guna menjadi bahan pertimbangan, bahan masukan, serta bahan evaluasi bagi

pemerintah dan pembuat kebijakan untuk menentukan kebijakan –

kebijakan insentif pajak selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menerangkan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian hingga sistematika penulisan dalam menyusun skripsi.

BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pada bab ini menerangkan tentang teori – teori yang mendasari dan melatarbelakangi penelitian ini serta penjelasan variabel – variabel yang diukur dan diteliti dalam penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menerangkan metodologi penelitian yang dilakukan yang berisi tentang jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, tipe data, serta metode pengumpulan dan analisis dari data pada penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan hasil dan pembahasan dari penelitian ini serta pengujian data dan analisis dari hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP



Pada bab ini mencakup kesimpulan, keterbatasan, hingga saran dari penelitian yang telah dilaksanakan.





BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teori yang Mendasari Penelitian

2.1.1 TPB (Theory of Planned Behavior)

TPB (*Theory of Planned Behavior*) ialah teori kelanjutan serta pengembangan dari TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang sering digunakan dalam meramalkan perilaku serta menjelaskan tingkah laku manusia dalam aspek yang spesifik (Arniati, 2009). Perbedaan TPB dengan TRA yakni terdapat variabel kontrol keprilakuan yang mana tidak semua tindakan dipengaruhi oleh kendali individu tersebut (Ajzen, 1991). TPB memiliki tiga macam alasan mengapa individu melakukan tindakan yaitu :

1. *Normative Beliefs*, atau yang dikenal norma subjektif dalam TRA yaitu harapan normative yang timbul karena adanya motivasi maupun pengaruh orang lain untuk memenuhi harapan tersebut.

Norma subjektif didefinisikan sebagai persepsi yang timbul karena adanya tekanan sosial, support, dan preferensi orang lain kepada seseorang agar seseorang terdorong untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Dorongan ini juga dapat dilihat pada persepsi faktor sosial seorang individu yang muncul karena banyaknya informasi dan orang yang meyakinkan seorang individu dalam memutuskan suatu perilaku. Persepsi faktor sosial



membentuk keputusan Wajib Pajak Badan dalam menentukan minat atau tidaknya terhadap insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19.

2. *Behavioral beliefs*. Mengenai munculnya suatu perilaku akibat keyakinan dari individu dari suatu evaluasi. Pada TRA dikenal dengan sikap atau perasaan seseorang untuk melakukan sesuatu hal. Munculnya suatu perilaku akibat keyakinan individu, dapat terlihat dari informasi dari berbagai media massa dan literatur yang diterima oleh seseorang dengan perasaan suka maupun tidak suka. Kepercayaan individu pada suatu informasi akan menghasilkan sikap yang baik serta menciptakan minat atau tidak minatnya individu dengan adanya informasi yang tertera. Persepsi faktor sosial, persepsi kualitas pelayanan, dan persepsi pemahaman pajak juga dapat menjadi faktor mau atau enggan nya individu untuk minat pada insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19. Hal ini sesuai *behavioral beliefs* pada teori TPB yang menjelaskan munculnya perilaku akibat keyakinan individu. Keyakinan yang dimaksud yakni keyakinan bahwa suatu prosedur mudah dilakukan dan keyakinan individu karena informasi atau literatur yang diterima baik dari diri sendiri, orang lain, maupun media yang ada sehingga dapat menimbulkan pengaruh terhadap minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan atau tidak memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19.



3. *Control beliefs*. Keyakinan atau persepsi yang timbul akibat adanya hal – hal yang mendukung maupun menghambat perilaku baik berasal dari diri sendiri maupun dari eksternal dan faktor lingkungan. Alasan ketiga ini yang tidak terdapat pada TRA serta menjadi salah satu tolak ukur dalam mengetahui persepsi seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Pengalaman pada masa lalu dan upaya seseorang dalam mengantisipasi hambatan yang ada juga menjadi faktor pengaruh kontrol perilaku ini. Kondisi ekonomi Wajib Pajak juga dapat dijadikan faktor minat atau tidak minatnya Wajib Pajak dalam memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 sesuai teori TPB *Control Beliefs* yang mana keyakinan seseorang dapat timbul karena adanya hal hal yang mendukung maupun menghambat perilaku baik secara internal maupun eksternal. Pengalaman di masa lalu, perencanaan masa depan dalam rangka antisipasi hingga kondisi pandemi pada saat ini yang dapat mempengaruhi roda perekonomian beberapa Wajib Pajak Badan dapat menjadi salah satu faktor Wajib Pajak Badan dalam minat atau tidaknya untuk memanfaatkan insentif ini.

Jika dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior*, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku dari individu baik dari faktor internal maupun eksternal individu tersebut. Pemanfaatan insentif pajak pada masa pandemi COVID-19 menimbulkan berbagai respon dari Wajib Pajak, ada yang

mau memanfaatkan dan ada yang enggan untuk memanfaatkan insentif pajak ini.

Tentu hal ini ditimbulkan dari berbagai alasan baik alasan internal atau alasan eksternal yang dimiliki oleh Wajib Pajak Badan itu sendiri.

2.1.2 Wajib Pajak

Pada Undang – Undang No. 16 Tahun 2009 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang – Undang No 5 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat Atas Undang – Undang Nomor 6 tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan menjadi Undang – Undang, menjelaskan Wajib Pajak ialah orang pribadi atau badan yang menurut perundang – undangan perpajakan ditentukan untuk melaksanakan kewajiban perpajakan dari pemungut pajak hingga pemotong pajak tertentu sesuai ketentuan yang berlaku. Dalam melaksanakan kewajiban serta hak perpajakan Wajib Pajak Badan, diberikan sarana dalam pengadministrasian perpajakan dimulai dari wajib pajak badan mendaftarkan diri pada KPP yang wilayah kerjanya sesuai dengan tempat kedudukan hingga berkewajiban sebagai pembayar pajak, pemotong dan/atau pemungut pajak. Wajib Pajak Badan dapat melakukan prosedur – prosedur administrasinya secara elektronik atau tertulis dengan melampirkan dokumen yang ditentukan seperti membuat kode E-Billing untuk digunakan dalam pembayaran pajak pada KPP terkait.

2.1.3 Insentif Perpajakan PPh Pasal 21 DTP di Masa Pandemi COVID-

19

Insentif Perpajakan di masa pandemi COVID-19 ialah bentuk respon dari pemerintah melihat produktivitas ekonomi masyarakat yang menurun akibat adanya pandemi COVID-19. Insentif ini digunakan demi menjaga stabilitas ekonomi dan produktivitas pada sektor tertentu sehingga roda perekonomian tetap terjaga salah satunya ialah insentif pajak PPh pasal 21 DTP.

Insentif PPh Pasal 21 DTP bisa digunakan hanya untuk karyawan ber-NPWP yang bekerja pada perusahaan yang memiliki kode KLU dan ditetapkan sebagai perusahaan KITE yang berpenghasilan bruto 200 juta rupiah per tahun. Insentif PPh Pasal 21 DTP ini membuat karyawan yang awalnya menanggung pajak PPh Pasal 21 tiap mendapatkan gaji menjadi tanggungan pemerintah sehingga pemberi kerja yang biasanya memotong pajak PPh Pasal 21 DTP pada gaji karyawan menjadi memberikan secara tunai potongan PPh Pasal 21 DTP itu menjadi tambahan penghasilan dari karyawan tersebut. Pemberi kerja perlu melakukan beberapa langkah administrasi untuk bisa memanfaatkan insentif ini yaitu dengan menyampaikan pemberitahuan kepada kepala KPP terdaftar secara tertulis atau *online*. Kepala KPP dapat menerbitkan surat pemberitahuan tidak berhak memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP jika perusahaan tidak memenuhi kriteria. Pemberi kerja juga perlu memberikan laporan realisasi PPh Pasal 21 DTP yang ditanggung pemerintah kepada kepala KPP tempat perusahaan terdaftar selama memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP

dengan menggunakan aplikasi *e-reporting* serta melampirkan formulir dan Surat Setoran Pajak (SPP) atau cetakan kode *billing*.

2.2 Variabel Penelitian dan Pengukurannya

2.2.1 Persepsi Kualitas Pelayanan

Persepsi kualitas menurut Aaker (2017) adalah persepsi yang dimiliki individu terhadap kualitas secara keseluruhan seperti layanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan yang baik dan sesuai harapan akan meminimumkan kesulitan seorang individu dalam melakukan sesuatu. Individu menginginkan dan membutuhkan kualitas pelayanan yang baik yang kemudian individu akan merasa lebih mudah dan dihargai sehingga menciptakan minat untuk melakukan atau memanfaatkan sesuatu. Menurut Parasuraman et al (1988) dan Muninjaya (2011) menjelaskan indikator dari kualitas pelayanan dapat dilihat dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Menurut pendapat Durianto dalam Fadhilah (2015), salah satu dimensi persepsi kualitas ialah fitur kemudahan dan kemampuan memberikan pelayanan dengan memberikan hasil akhir yang sesuai dengan kebutuhan individu sehingga persepsi kualitas pelayanan dimungkinkan dapat mempengaruhi minat individu untuk melakukan sesuatu.

Pada pemanfaatan insentif perpajakan PPh Pasal 21 DTP masa pandemi COVID-19 diperlukan tahapan yang dilakukan Wajib Pajak. Badan diawali dengan pengajuan permohonan pemanfaatan insentif perpajakan di masa COVID-19 dengan melaporkan SPT Tahun 2018 hingga kewajiban pelaporan

realisasi SPT masa PPh 21 tiap bulan oleh pemberi kerja kepada pihak Kantor Pelayanan Pajak sehingga persepsi kualitas pelayanan ini menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat atau tidaknya Wajib Pajak untuk memanfaatkan insentif perpajakan yang disediakan.

Pelayanan pajak dari pengajuan permohonan insentif perpajakan hingga konsekuensi pertanggungjawaban yang perlu dilakukan Wajib Pajak memerlukan beberapa prosedur agar dapat memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP. Peneliti mengukur variabel independen persepsi kualitas pelayanan ini dengan mengukur seberapa mudah prosedur yang dilakukan Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan insentif PPh Pasal 21 DTP dan seberapa percaya Wajib Pajak Badan bahwa layanan atau akses dalam memanfaatkan insentif PPh Pasal 21 DTP tidak rumit dan minim kendala.

2.2.2 Persepsi Faktor Sosial

Persepsi Faktor Sosial adalah persepsi individu bahwa adanya rasa keharusan untuk melakukan suatu perilaku karena adanya pengaruh lingkungan (Venkatesh et.al, 2003). Faktor sosial sebagai tingkat kepercayaan individu menganggap orang lain di lingkungannya meyakinkan atau mendorong dirinya untuk melakukan maupun tidak suatu perilaku. Dukungan orang lain ini bisa didapatkan dari pimpinan, organisasi lain, teman sekerja, hingga pemerintah sehingga pengaruh yang dihasilkan dapat mempengaruhi minat pada Wajib Pajak dalam menggunakan suatu insentif pajak.

Insentif perpajakan PPh Pasal 21 DTP masa pandemi COVID-19 telah digencarkan dengan cara sosialisasi oleh DJP dan pemerintah kepada Wajib Pajak. Sosialisasi digencarkan dikarenakan dampak virus COVID-19 yang dapat menghambat perkembangan dan pertumbuhan ekonomi dari Wajib Pajak sehingga sosialisasi menjadi salah satu cara dari DJP dan Pemerintah untuk mendorong Wajib Pajak satu dengan lainnya dalam memanfaatkan insentif perpajakan ini. Peneliti mengukur variabel independen persepsi faktor sosial ini dengan mengukur pengaruh yang dirasakan individu karena adanya dorongan dari teman, rekan kerja, dan pemerintah untuk minat dalam menggunakan insentif pajak. Selanjutnya seberapa pengaruh yang dirasakan individu karena adanya informasi – informasi yang dipromosikan baik dengan media massa maupun literatur terhadap minat dari Wajib Pajak tersebut.

2.2.3 Persepsi Pemahaman Pajak

Pemahaman dan pengetahuan mengenai perpajakan ialah suatu proses atau bagaimana Wajib Pajak memahami segala sesuatu tentang perpajakan itu sendiri (Hardiningsih, 2011). Pemahaman yang dimaksud di sini ialah seberapa mengerti dan paham Wajib Pajak dalam mengetahui ketentuan – ketentuan perpajakan secara menyeluruh sehingga dapat menimbulkan persepsi bagi Wajib Pajak. Ketentuan perpajakan seperti halnya, pengetahuan tentang pajak, perhitungan perpajakan, serta paham mengenai pengisian SPT karena menjadi salah satu ketentuan yang diperlukan untuk dapat memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 ini.

Pemanfaatan insentif perpajakan PPh Pasal 21 DTP masa pandemi COVID-19 perlu memahami ketentuan serta perhitungan pajak, melaporkan realisasi pajak yang ada pada SPT masa PPh Pasal 21 DTP, dan melampirkan Surat Setoran Pajak. Hal ini memerlukan pemahaman perpajakan dalam pelaksanaannya sehingga pengukuran yang dilakukan peneliti yakni dengan mengukur seberapa paham Wajib Pajak mengenai perpajakan itu sendiri, hak dan kewajiban Wajib Pajak, serta perhitungan dan pengisian SPT untuk dapat memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19.

2.2.4 Kondisi Ekonomi Wajib Pajak

Menurut Bloomqist (2003) menyatakan kondisi ekonomi termasuk tekanan keadaan keuangan dari Wajib Pajak menjadi salah satu sumber tekanan bagi Wajib Pajak. Togler (2003) berpendapat jika Wajib Pajak yang mengalami kesulitan ekonomi akan merasa kesulitan dan berpeluang untuk menghindari dalam melaksanakan kewajibannya atau dengan mencari solusi kemudahan agar kondisi ekonomi dan keuangan Wajib Pajak tetap aman.

Hal ini juga didukung oleh teori TPB yakni *control beliefs* dan *Perceived Power* yang mana kondisi ekonomi menjadi faktor eksternal atau lingkungan yang dapat mempengaruhi keputusan individu. Oleh karena itu, minat dan keputusan Wajib Pajak mungkin dipengaruhi secara positif oleh kondisi ekonomi dan keuangan dari Wajib Pajak itu sendiri. Kondisi seperti masa Pandemi COVID-19 ini pun berpeluang mempengaruhi keuangan dan ekonomi dari Wajib Pajak sehingga timbul tekanan keuangan serta antisipasi

untuk kondisi yang akan datang. Peneliti mengukur variabel independen kondisi ekonomi Wajib Pajak ini dengan mengukur apakah kondisi keuangan Wajib Pajak mempengaruhi minat Wajib Pajak dalam memanfaatkan insentif, seberapa pengaruh informasi perkembangan ekonomi negara dalam mempengaruhi minat Wajib Pajak memanfaatkan insentif, dan apakah kondisi ekonomi menjadi prioritas atau tidak bagi Wajib Pajak sehingga menumbuhkan minat dalam memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19.

2.2.5 Minat Wajib Pajak Badan

Intensi atau Minat ialah keinginan individu untuk melakukan suatu perilaku. Minat menjadi ukuran dari kekuatan tujuan seseorang dalam melakukan tindakan yang tidak umum menurut Fisbein dan Ajzen (1975). Pada Teori TPB *Normative Beliefs* atau norma subjektif pada Teori TRA yakni harapan yang timbul diakibatkan adanya motivasi atau pengaruh orang lain untuk memenuhi harapan tersebut. Hal ini menjadikan minat sebagai penentu langsung tindakan individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu seperti minat Wajib Pajak Badan terhadap memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19.

Minat Wajib Pajak Badan dalam memanfaatkan insentif pajak ini didefinisikan sebagai tahap awal Wajib Pajak Badan sebelum bersikap hingga memiliki suatu kepercayaan yang akan membentuk perilaku untuk memanfaatkan insentif tersebut. Jika Wajib Pajak Badan memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19, maka

tinggi pula untuk memanfaatkan insentif perpajakannya. Minat yang dimaksudkan yakni minat atau keinginan Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan insentif pajak di masa pandemi COVID-19.

2.3 Rerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan Insentif Pajak di Masa Pandemi COVID-19

Persepsi Kualitas Pelayanan ialah persepsi yang dimiliki individu terhadap kualitas secara keseluruhan terutama layanan yang sesuai dengan harapan. Seseorang individu melakukan suatu perilaku dengan menggunakan prosedur pelayanan yang dapat dipahami dan mudah dipergunakan sehingga persepsi kualitas pelayanan ini menjadi tolak ukur kepercayaan seseorang untuk minat melakukan sesuatu. Pada penelitian ini dapat dikaitkan dengan Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif PPh Pasal 21 DTP di masa pandemi COVID-19 dilihat pada seberapa mudah prosedur dan pelaksanaan penggunaan pemanfaatan insentif PPh Pasal 21 DTP sehingga persepsi kualitas pelayanan dapat menjadi faktor dalam memperkirakan minat atau tidaknya Wajib Pajak dalam memanfaatkan insentif pajak. Pada penelitian oleh Wahyuni (2017) menghasilkan kesimpulan penelitian jika variabel persepsi kualitas pelayanan mempengaruhi minat individu untuk melakukan sesuatu. Semakin tinggi atau baik persepsi kualitas pelayanannya, maka semakin tinggi minat individu untuk melakukan sesuatu.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutrisno (2016) yang menyimpulkan bahwa variabel persepsi kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat individu. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁ : Persepsi Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan Insentif Pajak di Masa Pandemi COVID-19.

2.3.2 Pengaruh Persepsi Faktor Sosial terhadap minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan Insentif Pajak di Masa Pandemi COVID-19

Persepsi Faktor Sosial ialah persepsi yang timbul karna adanya faktor sosial yang menciptakan rasa keharusan bagi individu untuk melakukan suatu perilaku dikarenakan pengaruh dari lingkungan, teman, organisasi, rekan kerja, pemerintah dan lainnya (Venkatesh et.al, 2003). Lingkungan dapat merubah keyakinan seorang individu sehingga dapat mempengaruhi perilaku individu untuk minat maupun tidak berminat pada suatu hal. Persepsi faktor sosial dapat mempengaruhi minat Wajib Pajak untuk memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 karena faktor faktor sosial seperti informasi tentang insentif perpajakan hingga ajakan dari teman, rekan kerja, bahkan pemerintah dapat mempengaruhi keputusan minat atau tidak nya Wajib Pajak pada insentif pajak. Hal ini sesuai dengan Teori TPB jika keputusan individu untuk minat

atau tidak dapat timbul karena adanya keyakinan pada informasi, dorongan sosial, dan pengaruh orang lain (*Behavioral Beliefs*).

Pada penelitian Ghani, A. G., & Kusumowati, D. (2020) meneliti apabila persepsi faktor sosial dapat mempengaruhi perilaku minat Wajib Pajak. Hal ini serupa dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak dimana banyak Wajib Pajak yang belum memanfaatkan insentif pajak di masa pandemi COVID-19 walaupun sudah digencarkan informasi mengenai insentif pajak masa pandemi COVID-19 ini oleh Direktorat Jendral Pajak dan pemerintah (Sakti, 2020). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₂ : Persepsi Faktor Sosial berpengaruh terhadap minat Wajib Pajak

Badan untuk memanfaatkan Insentif Pajak di Masa Pandemi COVID-19.

2.3.3 Pengaruh Persepsi Pemahaman Pajak terhadap minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan Insentif Pajak di Masa Pandemi COVID-19

Persepsi pemahaman pajak ialah proses dalam memahami dan menerapkan ketentuan – ketentuan perpajakan seperti perhitungan, pengisian SPT, hingga kewajiban pelaporannya. Pada teori TPB menjelaskan jika salah satu pengaruh individu dalam berperilaku yakni pemahaman. Pemahaman mampu membuat individu berminat dan bertindak dalam mengambil suatu keputusan. Persepsi pemahaman pajak diukur dari seberapa paham Wajib Pajak dalam memahami perpajakan baik secara ketentuan, perhitungan, hingga

melaporkan. Apabila Wajib Pajak tidak paham, maka akan berpengaruh dalam menjalankan kewajiban perpajakannya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Pratama, A. R. (2018) menjelaskan apabila pemahaman tentang perpajakan berpengaruh terhadap minat. Namun, terdapat ketidakkonsistenan pada penelitian yang dilakukan oleh Tallaha, Shukor, dan Hassan (2014) jika pengetahuan pajak berpengaruh negatif tidak signifikan pada niat Wajib Pajak. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₃ : Persepsi Pemahaman Pajak berpengaruh terhadap minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan Insentif Pajak di Masa Pandemi COVID-19.

2.3.4 Pengaruh Kondisi Ekonomi Wajib Pajak terhadap minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan Insentif Pajak di Masa Pandemi COVID-19

Menurut Bloomquist (2003) salah satu sumber tekanan bagi Wajib Pajak ialah kondisi ekonomi termasuk tekanan keadaan keuangan Wajib Pajak. Wajib Pajak yang mengalami tekanan dan kesulitan akan berpeluang untuk menghindari segala kewajiban pajak atau dengan menggunakan solusi kemudahan yang ditawarkan agar kondisi ekonomi atau keuangan dari Wajib Pajak tetap aman (Togler, 2003).

Teori TPB menjelaskan apabila keputusan individu dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal dari seorang individu. *Control Belief* dan

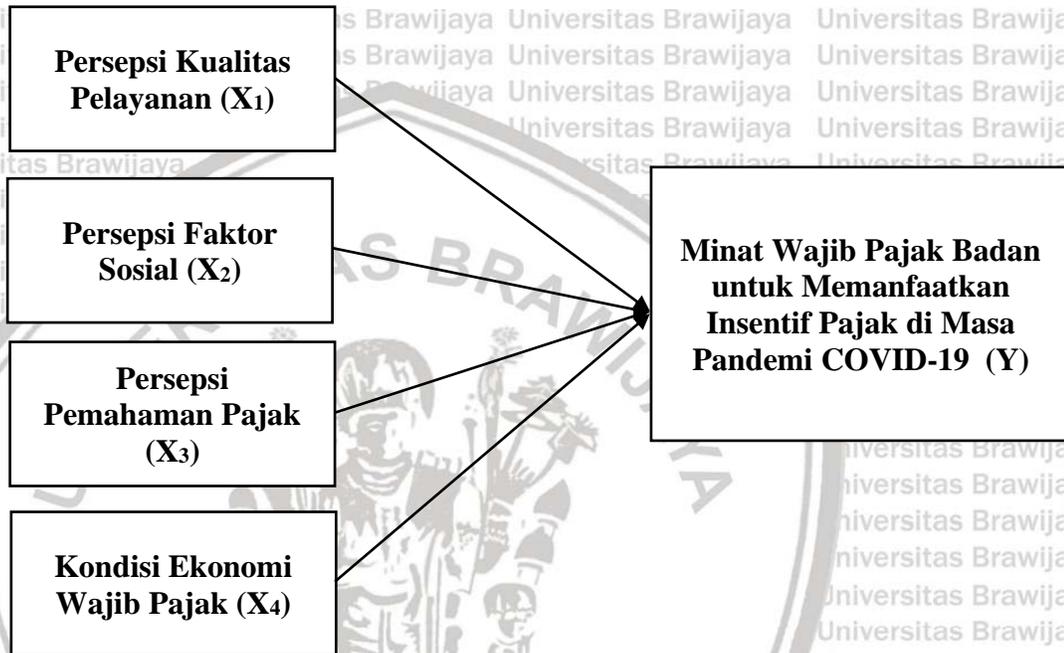
Perceived Power dari faktor eksternal seperti lingkungan dari individu dapat merubah keputusan individu yang awalnya berminat menjadi tidak berminat begitu pula sebaliknya. Beberapa contoh seperti apakah terdapat kontribusi, adanya suatu keharusan, kondisi keuangan, informasi terkait perkembangan ekonomi negara dapat diartikan jika kondisi ekonomi Wajib Pajak mungkin berpengaruh terhadap minat Wajib Pajak dalam memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 ini. Pada penelitian yang dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak menyatakan beberapa Wajib Pajak belum menggunakan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 dikarenakan karena belum membutuhkan atau bukan prioritas saat ini hingga tidak butuh insentif perpajakan masa pandemi COVID-19 (Sakti, 2020). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₄ : Kondisi Ekonomi Wajib Pajak berpengaruh terhadap minat

Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan Insentif Pajak di Masa Pandemi COVID-19.

2.4 Model Penelitian

Gambar 2.1 : Model Penelitian



BAB III**METODE PENELITIAN****3.1 Jenis Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah serta tujuan penelitian yang telah diuraikan, maka penelitian ini termasuk penelitian berjenis penelitian kuantitatif. Menurut Sekaran (2006:3), penelitian kuantitatif ialah penelitian yang menggunakan data dalam bentuk angka yang diperoleh melalui pertanyaan terstruktur untuk mengintrestasikan suatu fenomena secara objektif. Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif karena dilakukan dengan kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis, serta penyajian data dengan berdasarkan banyaknya yang selanjutnya dilakukan secara objektif dalam memecahkan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip – prinsip umum. Begitu pula pengambilan data Wajib Pajak Badan yang berupa hasil kuesioner berbentuk data numerik serta penganalisisannya yang harus menggunakan metode statistik menggunakan aplikasi SPSS guna mengetahui apakah variabel – variabel yang ditentukan berpengaruh terhadap minat Wajib Pajak Badan atas insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah Wajib Pajak Badan terdaftar di KPP Malang Selatan dengan alasan karena KPP Malang Selatan mencakup 3 kecamatan dari 2 kecamatan yang ada di Kota Malang yakni, Kecamatan Klojen, Kecamatan Kedungkandang, dan Kecamatan Sukun yang mana pada ketiga kecamatan

ini terdapat pusat perdagangan dan banyak ditemui badan usaha dan entitas seperti pertokoan, perkantoran, perhotelan dan badan usaha lainnya. Unit analisis dalam penelitian ini menggunakan pimpinan atau karyawan bagian akuntansi atau keuangan dari Wajib Pajak Badan yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan. Terdapat lebih dari 1 individu dalam 1 departemen akuntansi keuangan dan perpajakan. Oleh sebab itu dalam penjelasan mengenai minat Wajib Pajak Badan dalam memanfaatkan insentif PPh pasal 21 DTP diwakili oleh salah satu individu atau karyawan yang berwenang mengenai hal ini. Insentif pajak PPh Pasal 21 DTP diperuntukkan untuk Wajib Pajak orang pribadi, namun dalam segi untuk memanfaatkannya, peran badan atau pihak pemberi kerja yang melaksanakan dan memproses kebijakan insentif ini agar insentif dapat dimanfaatkan oleh pegawai entitas. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dengan menentukan pengambilan sampel disesuaikan dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti (*Purposive Sampling*). Kriteria sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah Wajib Pajak Badan terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan Kota Malang yang masuk dalam 1189 Klasifikasi Lapangan Usaha (KLU) yang berpusat di Kota Malang dan telah memanfaatkan insentif perpajakan PPh Pasal 21 DTP masa pandemi COVID-19

Tabel 3.1

Jumlah Sampel

KETERANGAN	JUMLAH
Jumlah Wajib Pajak Badan terdaftar di KPP Malang Selatan	9.528
Jumlah Wajib Pajak Badan terdaftar sesuai 1189 KLU bukan penerima insentif perpajakan masa pandemi COVID-19 di KPP Malang Selatan	1.582
Jumlah Wajib Pajak Badan terdaftar sesuai 1189 KLU yang tidak telah memanfaatkan insentif PPh Pasal 21 DTP masa pandemi COVID-19 di KPP Malang Selatan dan berpusat di Kota Malang	1.349
JUMLAH SAMPEL YANG TELAH SESUAI KRITERIA	233

Sumber : Data Primer yang didapatkan dari KPP Malang Selatan (2021)

Setelah data jumlah sampel yang telah sesuai kriteria didapatkan, maka dalam penentuan ukuran sampel penelitian ini didasarkan pada pernyataan Roscoe (1975) dalam Sekaran dan Bougie (2013:87) yang menjelaskan bahwa aturan ukuran sampel yang layak ialah lebih dari 30 dan kurang dari 500 dan

dalam penelitian multivariate ukuran sampel sebaiknya beberapa kali (10 kali atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel di dalam penelitian sehingga didapatkan sampel sejumlah 40 agar dapat dikatakan layak dan akan lebih baik lagi apabila lebih dari itu serta untuk mengantisipasi kuesioner tidak diisi, peneliti menggunakan 100 kuesioner yang akan disebar.

3.3 Data Penelitian dan Sumbernya

3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini ialah data primer yang berupa hasil kuesioner yang telah disebar kepada perusahaan – perusahaan yang telah ditentukan sesuai sampel yang direncanakan. Sumber data yang mencakup data persepsi kualitas pelayanan, persepsi faktor sosial, persepsi pemahaman pajak, dan kondisi ekonomi Wajib Pajak diperoleh dari hasil kuesioner yang disebar sehingga dapat diketahui faktor – faktor yang dapat mempengaruhi minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan insentif pajak di masa pandemi COVID-19. Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini diadopsi dari beberapa penelitian seperti pada penelitian Annastasia Lizkayundari & Febrina Kwarto (2018) serta telah peneliti modifikasi disesuaikan dengan indikator yang ditetapkan dan tujuan peneliti serta menambahkan variabel kondisi ekonomi Wajib Pajak dengan indikator *Control Belief* dan *Perceived Power* menjadi suatu keterbaruan pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Bagian yang dimodifikasi dari aspek redaksional

di tiap pernyataan hingga kesesuaian dengan indikator indikator pada referensi penelitian terdahulu.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpul data dengan cara metode survey atau dengan penyebaran kuesioner yang akan disebar kepada responden Wajib Pajak Badan yang berpusat di Kota Malang dan terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan yang mencakup tiga kecamatan yakni Kecamatan Klojen, Kecamatan Sukun, dan Kecamatan Kedungkandang yang sudah memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP di masa pandemi COVID-19 menggunakan e-form berupa google form dan lembar kuesioner. Google form dan lembar kuesioner akan berisi pernyataan yang mewakili tiap variabel – variabel yang akan diteliti yang selanjutnya akan dikirimkan kepada responden Wajib Pajak Badan. Jangka waktu yang direncanakan untuk penyebaran hingga mendapatkan hasil kuesioner secara keseluruhan antara 1 sampai 3 bulan setelah kuesioner mulai disebar. Kuesioner berbentuk google form dan kuesioner berbentuk lembaran yang akan disebar terdiri dari :

1. Bagian awal yakni pertanyaan tentang data pribadi dari responden yang kemudian akan dijaga kerahasiaannya.
2. Bagian selanjutnya yakni indikator – indikator dalam pengujian variabel yang berbentuk pernyataan dengan metode survey dari pilihan sangat tidak setuju sampai pilihan sangat setuju.

3.4 Metode Analisis Data

Metode analisis pada suatu penelitian berisi dari hasil kuesioner responden yang selanjutnya diuji pada tiap datanya. Analisis regresi linier berganda menjadi alat untuk menganalisis data pada penelitian ini dibantu dengan menggunakan aplikasi SPSS. Analisis regresi linier berganda digunakan pada analisis penelitian ini karena sesuai dengan penggunaannya untuk menganalisis berbagai faktor yang diuji.

3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang dipergunakan guna mengukur valid atau sah tidaknya kuesioner. Kuisisioner sebagai media untuk mengumpulkan data penelitian dari responden dianggap valid apabila pertanyaan pada kuesioner dapat menjelaskan indikator – indikator yang akan diukur. Beberapa variabel yang akan digunakan untuk diuji yakni, persepsi kualitas pelayanan, persepsi faktor sosial, persepsi pemahaman pajak, kondisi ekonomi Wajib Pajak, dan minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan insentif pajak di masa pandemi COVID-19.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji yang dipergunakan guna menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukurnya. Reliabilitas memiliki hubungan dengan konsistensi dan akurasi dari pengukurnya sehingga suatu pengukur dapat dikatakan andal apabila dapat dipercaya dan konsisten.

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji apakah data sampel yang diolah dapat menjadi wakil populasi sebagaimana keseluruhannya. Uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi sebagai berikut :

3.4.3.1 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas memiliki tujuan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel independen yang diteliti. Model regresi dikatakan baik apabila tidak ditemukannya korelasi di antara variabel independen sehingga variabel – variabel tersebut disebut juga variabel yang ortogonal.

Peneliti dapat melihat atau mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dengan melihat variance inflation factor (VIF) dengan acuan multikolinieritas terjadi jika VIF lebih besar daripada 10, Nilai *tolerance* kurang dari 0,10 dan koefisien korelasi di antara variabel independen harus lemah ($< 0,9$)

3.4.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas ini digunakan dalam model regresi agar dapat menemukan apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari pengamatan yang dilakukan. Model regresi dikatakan tidak baik, biasanya diakibatkan karena adanya data *crosssection*.

Pada model regresi, uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan hasilnya dengan melihat grafik scatterplots yang mana jika terlihat terdapat titik – titik yang menyebar acak maka model layak dipakai karena heteroskedastisitas.

Pengambilan keputusan pada uji ini dengan acuan apabila Sig. < 0,05 maka akan terjadi heteroskedastisitas dan jika Sig. > 0,05 maka terjadi homoskedastisitas.

3.4.3.3 Uji Normalitas Data

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen atau variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2015:147). Suatu model regresi memiliki atau mendekati distribusi normal. Uji ini dapat menggunakan beberapa cara analisis seperti uji *kolmogorov-smirnov* (*uji K-S*), Shapiro-Wilk, menghitung rasio skwaness dan kurtosis, serta beberapa lainnya. Suatu model regresi dikatakan memiliki nilai residual berdistribusi normal apabila sig. > 0,05 begitu pula sebaliknya.

3.4.4 Model Regresi

Analisis regresi berganda digunakan pada penelitian ini dengan melihat apakah adanya pengaruh persepsi kualitas pelayanan, persepsi faktor sosial, persepsi pemahaman pajak, dan kondisi ekonomi Wajib Pajak terhadap minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19. Model regresi pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y : Minat Wajib Pajak Badan untuk Memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19

X₁ : Persepsi Kualitas Pelayanan

X₂ : Persepsi Faktor Sosial

X₃ : Persepsi Pemahaman Pajak

X₄ : Kondisi Ekonomi Wajib Pajak

β : Koefisien Regresi

ε : Error

3.4.5 Analisis Regresi

Analisis regresi memiliki tujuan untuk menunjukkan arah hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Analisis regresi juga memiliki guna untuk mengukur kekuatan hubungan di antara dua variabel maupun lebih.

Pada analisis regresi, ketepatan fungsi dalam menaksir nilai aktualnya diukur dengan melihat *goodness of fit-nya*. Hal tersebut dapat diukur secara statistik dengan melihat nilai statistik t, nilai statistik F, dan koefisien determinasinya.

Apabila nilai pada uji statistik menunjukkan H₀ ditolak maka perhitungan statistiknya dapat dikatakan signifikan. Begitu pula sebaliknya, apabila uji statistik menunjukkan H₀ diterima maka dikatakan tidak signifikan. Penelitian

ini menggunakan analisis regresi berganda dengan pengujian sebagai berikut :

3.4.5.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi atau yang disimbolkan R^2 adalah nilai yang digunakan guna mengukur seberapa kemampuan model menerangkan variasi pada variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai di antara nol dan satu. Jika variabel – variabel independen penelitian terbatas dalam menjelaskan variasi variabel independen memiliki arti bahwa nilai koefisien determinasinya kecil.

Koefisien determinasi memiliki kekurangan terhadap jumlah variabel yang akan digunakan dalam model yang membuat hal ini menyebabkan bias. Kekurangan ini membuat koefisien determinasi kurang dianjurkan karena apabila adanya tambahan variabel independen membuat nilai R^2 tetap meningkat tanpa melihat apakah variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependennya. Oleh sebab itu, digunakanlah koefisien determinasi pada penelitian ini seperti yang telah banyak dianjurkan.

Nilai *Adjusted R^2* juga dapat digunakan dalam mengevaluasi model regresi yang terbaik. Nilai *Adjusted R^2* dapat naik maupun turun bila ditambahkan satu variabel independen ke dalam model. Nilai *Adjusted R^2* dapat memiliki nilai negatif namun, jika pada uji empiris terdapat nilai yang negatif maka Nilai *Adjusted R^2* bisa dianggap nol.

3.4.5.2 Uji Statistik F

Uji statistik F atau sering dikenal dengan uji ANOVA memiliki tujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen pada model memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Hipotesis nol yang akan dilakukan pengujian apakah semua parameternya pada model sama dengan nol, atau :

$$H_0: b_1 = b_2 = \dots = b_n = 0$$

Pada persamaan itu memiliki arti apakah variabel – variabel independen bukan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependennya. Sebaliknya, Hipotesis alternatifnya ialah secara simultan tidak semua parameter sama dengan nol.

$$H_a: b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_n \neq 0$$

Persamaan ini memiliki arti apakah variabel – variabel independennya adalah penjelas yang signifikan terhadap variabel dependennya. Pada uji statistik F ini dilakukan pengujian hipotesis dengan kriteria pengambilan keputusan jika nilai signifikansi F lebih kecil dari nilai alfa (α) bernilai 0,05, maka dapat dikatakan variabel – variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependennya.

3.4.5.3 Uji Statistik t

Uji statistik t memiliki tujuan untuk menunjukkan seberapa pengaruh variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel

dependennya. Hipotesis nol yang akan dilakukan pengujian apakah suatu parameter sama dengan nol, atau :

$$H_0: b_i = 0$$

Persamaan ini memiliki arti apakah suatu variabel dependen bukan menjadi penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatif ialah suatu variabel memiliki parameter yang tidak sama dengan nol, atau :

$$H_0: b_i \neq 0$$

Persamaan ini memiliki arti suatu variabel menjadi penjelas yang signifikan terhadap variabel dependennya. Model regresi ini dapat dianalisis dengan melihat searah atau tidak searahnya hipotesis yang diuji. Hipotesis statistiknya dapat dengan menggunakan persamaan :

1. Hipotesis tidak searah
 $H_0 : b_i = 0 ; H_1 : b_i \neq 0$
2. Hipotesis searah
3. $H_0 : b_i = 0 ; H_1 : b_i > 0$

Pada uji statistik t, apabila tiap variabel independen memiliki nilai signifikansi t lebih kecil daripada tingkat signifikansi 5%, maka akan dinyatakan variabel – variabel independen secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependennya.

3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Variabel pada penelitian ini terdiri dari empat variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah persepsi kualitas pelayanan, persepsi faktor sosial, persepsi pemahaman pajak, dan kondisi ekonomi Wajib Pajak, sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah minat Wajib Pajak Badan dalam memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19. Berikut ini penjelasan tentang definisi operasional dan pengukuran variabel metode analisis data dan pengujian hipotesis serta tabel operasional dari variabel – variabel yang digunakan :

Tabel 3.2
Tabel Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item	Sumber
Persepsi Kualitas Pelayanan (X1)	Pelayanan yang mudah, tepat, dan cepat	1. Tidak rumit	Tjahjono (2008)
		2. Mudah dipelajari	
	Informatif	3. Tidak mengalami kesalahan – kesalahan	
		Kepuasan Wajib Pajak	
Persepsi Faktor Sosial (X2)	Mengikuti Teman Pengaruh Kerabat	1. Dorongan teman	Kotler (2005)
		2. Sosialisasi	
		3. Kejelasan informasi	
	Mengikuti lingkungan	4. Banyaknya pengguna	
Persepsi Pemahaman	Pengetahuan dan Pemahaman	1. Kemudahan akibat adanya pemahaman	

Persepsi Pemahaman Pajak (X3)	Mengenai Hak dan Kewajiban sebagai Wajib Pajak	2. Memahami ketentuan dan peraturan dalam perpajakan 3. Memahami hak dan kewajiban sebagai Wajib Pajak Badan	Widayati dan Nurlis (2010)
	Pengetahuan dan Pemahaman Mengenai perhitungan Pajak	3. Memahami perhitungan pajak PPh pasal 21	
		4. Memahami pengisian dan pelaporan Surat Pemberitahuan Tahunan	
Kondisi Ekonomi Wajib Pajak (X4)	Control Belief	1. Dapat memberikan kontribusi 2. Kesempatan untuk memprioritaskan fasilitas 3. Percaya adanya pengaruh	Park & Blenkinsopp (2009) dan Pipit Budhi (2012)
		Perceived Power	
	Minat Wajib Pajak Badan untuk Memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19 (Y)		
Kepuasan dan ketertarikan		2. Minat karena adanya kemudahan prosedur 3. Minat karena manfaat yang diberikan	
Pastisipasi		4. Minat untuk merekomendasikan kepada orang lain	

Sumber data primer diolah, 2021

a) Variabel Persepsi Kualitas Pelayanan

Persepsi kualitas pelayanan ialah persepsi yang dimiliki oleh individu terhadap kualitas secara keseluruhan seperti layanan yang diharapkan (Aaker, 2017).

Indikator variabel persepsi kualitas pelayanan yakni dengan melihat seberapa mudah, tepat, dan cepat prosedur dari pelayanan pengajuan permohonan hingga

konsekuensi kewajiban untuk memanfaatkan insentif PPh Pasal 21 DTP ini. Penjelasan indikator tersebut bisa dikembangkan berupa seberapa handalnya pelayanan yang disediakan seperti seberapa rumitnya prosedur pengajuan permohonan insentif PPh Pasal 21 DTP, seberapa informatif untuk dapat mempelajari ketentuan – ketentuan yang diperlukan untuk dapat memanfaatkan insentif PPh Pasal 21 DTP oleh Wajib Pajak Badan, seberapa banyak kendala yang ditemui Wajib Pajak Badan pada pelayanan untuk memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP, dan lainnya yang dimungkinkan dapat memberi kepuasan terhadap Wajib Pajak Badan sehingga dapat mempengaruhi minat Wajib Pajak Badan menggunakan dan memanfaatkan insentif perpajakan PPh Pasal 21 DTP. Hal – hal tersebut diukur dengan 4 pernyataan yang disertai beberapa poin yang akan dipilih oleh responden sesuai yang mereka rasakan. Poin yang diberikan ada 5 poin yang terdiri dari poin sangat tidak setuju (STS), poin tidak setuju (TS), poin netral (N), poin setuju (S), dan poin sangat setuju (SS).

No.	PERNYATAAN	Indikator
1.	Entitas kami merasa pengajuan permohonan untuk memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP tidak rumit.	Pelayanan yang mudah, tepat, dan cepat
2.	Entitas kami mudah untuk mempelajari ketentuan dalam memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP.	Informatif
3.	Entitas kami tidak mengalami kesalahan – kesalahan dalam menjalankan prosedur dalam memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP.	Informatif

4.	Entitas kami percaya pelayanan dalam memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP minim kendala.	Kepuasan Wajib Pajak
----	--	----------------------

b) Variabel Persepsi Faktor Sosial

Persepsi faktor sosial ialah persepsi yang timbul karena adanya rasa keharusan untuk melakukan sesuatu akibat terdapatnya pengaruh lingkungan (Vankatesh et.al, 2003). Seseorang menganggap orang lain yang berada di lingkungannya meyakinkan dirinya untuk melakukan suatu perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung oleh teman, rekan kerja, maupun pemerintah untuk berminat melakukan suatu perilaku. Dorongan secara langsung yang dimaksud yakni komunikasi dari mulut ke mulut dan dorongan secara tidak langsung yang dimaksud yakni dengan promosi media massa maupun literatur lainnya. Indikator variabel persepsi faktor sosial dilihat dengan cara seberapa besar pengaruh dorongan dari pihak eksternal seperti teman atau kerabat di lingkungan individu dan seberapa besar pengaruh informasi – informasi berupa sosialisasi terhadap minat Wajib Pajak Badan dalam memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP. Hal – hal ini diukur dengan 4 pernyataan yang disertai beberapa poin yang akan dipilih oleh responden sesuai yang mereka rasakan. Poin yang diberikan ada 4 poin yang terdiri dari poin sangat tidak setuju (STS), poin tidak setuju (TS), poin netral (N), poin setuju (S), dan poin sangat setuju (SS).

No.	PERNYATAAN	Indikator
1.	Entitas kami memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP karena	Mengikuti teman

	dorongan teman, kerabat, dan pemerintah	
2.	Entitas kami terdorong memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP karena informasi yang entitas kami dapatkan jelas adanya	Pengaruh kerabat
3.	Entitas kami merasa sosialisasi yang digencarkan pemerintah mampu memotivasi entitas kami untuk memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP	Pengaruh kerabat
4.	Entitas kami berminat memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP karena sudah banyak Wajib Pajak yang menggunakan insentif tersebut	Mengikuti lingkungan

c) Variabel Persepsi Pemahaman Pajak

Persepsi Pemahaman Pajak adalah seberapa mengerti dan paham Wajib Pajak

Badan dalam mengetahui segala tentang perpajakan baik peraturan dan ketentuan yang sudah ditetapkan pada saat ini. Pemahaman Wajib Pajak Badan mengenai perpajakan akan menimbulkan persepsi bagi Wajib Pajak Badan yang dapat mempengaruhi perilaku mereka dalam melaksanakan kewajiban atau memanfaatkan insentif pajak yang diberikan. Indikator variabel persepsi pemahaman pajak diukur dengan mengetahui seberapa paham Wajib Pajak Badan tentang peraturan, ketentuan, perhitungan, dan penggunaan fasilitas yang diperlukan untuk aktivitas perpajakan yang dimungkinkan dapat mempengaruhi minat dalam memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP . Variabel persepsi

pemahaman pajak diukur dengan 5 pernyataan yang disertai beberapa poin yang akan dipilih oleh responden sesuai yang mereka alami. Poin yang diberikan ada 5 poin yang terdiri dari poin sangat tidak setuju (STS), poin tidak setuju (TS), poin netral (N), poin setuju (S), dan poin sangat setuju (SS).

No.	PERNYATAAN	Indikator
1.	Entitas kami merasa pemahaman pajak yang entitas kami miliki memudahkan entitas kami dalam memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP	Pengetahuan dan Pemahaman Mengenai Hak dan Kewajiban sebagai Wajib Pajak
2.	Entitas memahami secara umum ketentuan dan peraturan yang ada dalam perpajakan	Pengetahuan dan Pemahaman Mengenai Hak dan Kewajiban sebagai Wajib Pajak
3.	Entitas kami bisa menghitung tarif PPh Pasal 21 sesuai KUP yang berlaku	Pengetahuan dan Pemahaman Mengenai Hak dan Kewajiban sebagai Wajib Pajak
4.	Entitas kami dapat mengisi dan melaporkan Surat Pemberitahuan Tahunan	Pengetahuan dan Pemahaman Mengenai perhitungan Pajak
5.	Entitas kami memahami hak dan kewajiban sebagai Wajib Pajak Badan	Pengetahuan dan Pemahaman Mengenai perhitungan Pajak

d) Variabel Kondisi Ekonomi Wajib Pajak

Kondisi ekonomi adalah salah satu sumber tekanan bagi Wajib Pajak Badan terutama keadaan finansial atau keuangannya (Bloomqist, 2003). Wajib Pajak apabila mengalami kesulitan ekonomi akan merasakan kesulitan dan bahkan

mencari solusi dalam melaksanakan kewajiban pajaknya baik dengan cara mencari solusi yang memberi kemudahan atau solusi untuk menghindari. Masa pandemi COVID-19 menimbulkan pengaruh terhadap keuangan dan ekonomi Wajib Pajak sehingga menimbulkan tekanan keuangan serta antisipasi untuk kondisi pada masa yang akan datang. Variabel kondisi ekonomi Wajib Pajak ini diukur dengan melihat indikator *Control Belief* dan *Perceived Power* seperti apakah terdapat kontribusi, adanya keharusan, kondisi keuangan, informasi perkembangan ekonomi negara, dan kondisi ekonomi saat ini diutamakan sebagai prioritas utama dalam mempengaruhi atau menumbuhkan minat dalam memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP yang sedang berlaku. Variabel kondisi ekonomi Wajib Pajak diukur dengan 5 pernyataan yang disertai beberapa poin yang akan dipilih oleh responden sesuai yang mereka alami. Poin yang diberikan ada 5 poin yang terdiri dari poin sangat tidak setuju (STS), poin tidak setuju (TS), poin netral (N), poin setuju (S), dan poin sangat setuju (SS).

No.	PERNYATAAN	Indikator
1.	Entitas kami merasa Insentif pajak PPh Pasal 21 DTP memberikan kontribusi terhadap kondisi ekonomi Wajib Pajak Badan	<i>Control Belief</i>
2.	Entitas kami memprioritaskan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP selama masa pandemi COVID-19	<i>Control Belief</i>
3.	Entitas kami percaya kondisi ekonomi negara dapat mempengaruhi kondisi ekonomi Wajib Pajak Badan	<i>Control Belief</i>
4.	Tekanan keuangan membuat entitas kami harus memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP	<i>Perceived Power</i>

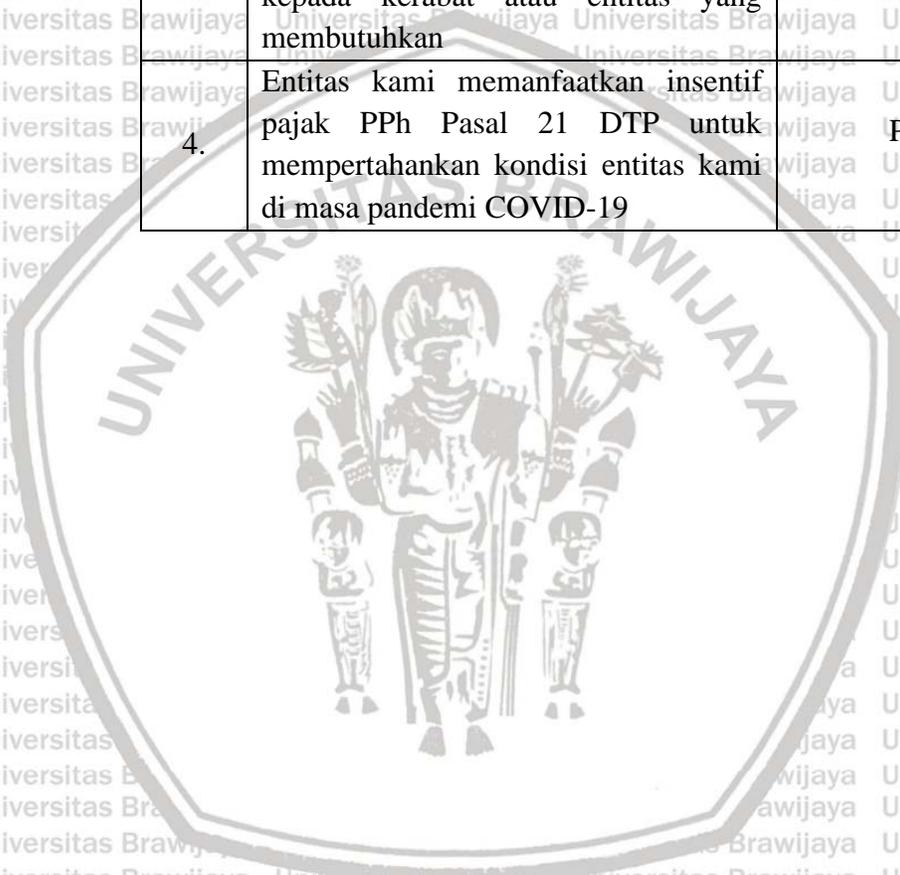
5.	Kondisi ekonomi saat pandemi COVID-19 adalah waktu yang tepat untuk memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP	<i>Perceived Power</i>
----	--	------------------------

e) Variabel Minat Wajib Pajak Badan Memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19.

Minat adalah keinginan dari individu untuk melaksanakan suatu perilaku dan menjadi ukuran kekuatan tujuan seseorang dalam melakukan tindakan yang khusus (Fisbein dan Ajzen, 1975). Minat Wajib Pajak Badan dalam memanfaatkan insentif pajak didefinisikan sebagai tahap awal hingga memiliki suatu kepercayaan yang akan membentuk suatu perilaku untuk memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19. Indikator variabel dependen minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemic COVID-19 terdiri dari apakah adanya penggunaan secara terus-menerus, adanya kepuasan, dan partisipasi dari Wajib Pajak Badan terhadap insentif perpajakan di masa pandemic COVID-19 yang berlaku. Variabel minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 diukur dengan 4 pernyataan yang disertai beberapa poin yang akan dipilih oleh responden sesuai yang mereka setuju. Poin yang diberikan ada 5 poin yang terdiri dari poin sangat tidak setuju (STS), poin tidak setuju (TS), poin netral (N), poin setuju (S), dan poin sangat setuju (SS).

No.	PERNYATAAN	Indikator
1.	Apabila prosedur pemanfaatan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP mudah, entitas kami akan berminat untuk	Penggunaan secara terus - menerus

	memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP	
2.	Entitas kami akan terus memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP selama masih berlaku	Kepuasan dan ketertarikan
3.	Entitas kami akan merekomendasikan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP kepada kerabat atau entitas yang membutuhkan	Kepuasan dan ketertarikan
4.	Entitas kami memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP untuk mempertahankan kondisi entitas kami di masa pandemi COVID-19	Pastisipasi



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Latar Belakang Institusional Obyek Penelitian

Wajib Pajak Badan yang terdaftar pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan berlokasi sesuai lingkup pelayanan dari KPP Pratama Malang Selatan mencakup tiga kecamatan yakni Kecamatan Klojen, Kecamatan Kedungkandang, dan Kecamatan Sukun. Obyek penelitian difokuskan pada Wajib Pajak Badan lingkup pelayanan dari KPP Pratama Malang Selatan, berpusat di Kota Malang, telah sesuai dengan ketentuan PMK 110 tahun 2020, dan telah memanfaatkan insentif PPH pasal 21 DTP di masa pandemi COVID-19. Responden yang diteliti memiliki beragam bidang usaha baik dari bidang jasa, perdagangan, industri, dan lain sebagainya.

4.1.1 Historis Kantor

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan setelah dilakukannya reorganisasi memulai operasinya pada tanggal 4 Desember 2007 diikuti serta bersamaan dengan peresmian Kantor Pelayanan Pajak Pratama lainnya di lingkup wilayah Kanwil DJP Jawa Timur III. Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang dideklarasikan secara resmi berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan No. 55/PMK.01/2007 pada tanggal 31 Mei 2007 mengenai Perubahan Peraturan Menteri Keuangan No. 132/PMK.01/2006 tentang Organisasi dan Tata kerja Instansi Vertikal Dirjen Pajak

4.1.2 Lokasi Kantor

Lokasi Kantor Pelayanan Pajak Malang pada tahun 2007 setelah dilakukannya reorganisasi menjadi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan bertempat di Jalan Merdeka Utara No.3 Kota Malang yang mana reorganisasi yang telah dilakukan dengan mencakup pembagian kantor pelayanan pajak berdasarkan Wajib Pajak dan wilayah kerjanya

4.1.3 Wilayah Kerja

Wilayah kerja Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan mencakup 3 kecamatan yang terdiri dari:

1. Kecamatan Kedungkandang
2. Kecamatan Sukun
3. Kecamatan Klojen

4.1.4 Tugas dan Fungsi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan memiliki tugas untuk melaksanakan pelayanan, penyuluhan, dan pengawasan Wajib Pajak di bidang Pajak Penghasilan, Pajak atas Barang Mewah, Pajak Pertambahan Nilai, Pajak Bumi dan Bangunan, Pajak tidak langsung lainnya dalam wilayah wewenangnya sesuai dengan peraturan perundang – undangan. Hal ini sesuai dengan PMK-206.02/PMK.01/2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Instansi

Vertikal Direktorat Jenderal Pajak. Pelaksanaan tugas ini, Kantor Pelayanan Pajak Pratama Selatan menyelenggarakan fungsi sebagai berikut :

1. Pengumpulan, pencarian data, pengolahan data, pengamatan potensi perpajakan, penyajian informasi perpajakan, pendataan objek dan subjek pajak, serta penilaian objek Pajak Bumi dan Bangunan
2. Penetapan dan penerbitan produk hukum perpajakan
3. Pengadministrasian dokumen dan berkas perpajakan, penerimaan dan pengolahan Surat Pemberitahuan, serta penerimaan surat lainnya
4. Penyuluhan perpajakan
5. Pelayanan perpajakan
6. Pelaksanaan pendaftaran Wajib Pajak
7. Pelaksanaan ekstensifikasi
8. Penatausahaan piutang pajak dan pelaksanaan penagihan pajak
9. Pelaksanaan pemeriksaan pajak
10. Pengawasan kepatuhan kewajiban perpajakan Wajib Pajak
11. Pelaksanaan konsultasi perpajakan
12. Pembetulan ketetapan pajak
13. Pengurangan Pajak Bumi dan bangunan
14. Pelaksanaan administrasi kantor

4.1.5 Struktur Organisasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang

Selatan

Struktur Organisasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan

ialah sebagai berikut :

1. Seksi Pelayanan
2. Subbag Umum dan Kepatuhan Internal
3. Seksi Ekstentifikasi dan Penyuluhan
4. Seksi Penagihan
5. Seksi Pengolahan Data dan Informasi
6. Seksi Pemeriksaan dan Fungsional Pemeriksa
7. Seksi Waskon I
8. Seksi Waskon II
9. Seksi Waskon III
10. Seksi Waskon IV

4.1.6 Visi dan Misi

-Visi-

Selalu menjadi salah satu pilar utama dan kuat dalam mendukung terlampauinya target penerimaan negara di Kantor Wilayah Dirjen Pajak Jawa Timur III

-Misi-

1. Mendidik masyarakat melalui sosialisasi, leaflet, spanduk, banner, dan sejenisnya tentang pentingnya kontribusi pajak untuk kemajuan bangsa
2. Selalu melakukan *update* terhadap alat-alat dan metode pelayanan
3. Bekerja keras dan cerdas serta bersungguh-sungguh dalam rangka mengumpulkan penerimaan negara wilayah Malang Selatan sesuai norma dan ketentuan DJP
4. Melakukan perencanaan langkan dan pelaksanaan sekaligus evaluasi dalam memperbesar/mempercepat angka penerimaan negara wilayah Malang Selatan yang dilakukan secara berkala

4.2 Penyajian Hasil Pengujian Data

4.2.1 Deskripsi Responden

Data yang telah dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner didapatkan 70 kuesioner yang sesuai dengan kriteria sampel, dan layak untuk dianalisis sehingga peneliti memutuskan untuk menggunakan jumlah sampel ini untuk digunakan pada penelitian ini.

Pada penelitian yang dilakukan, responden penelitian ialah Wajib Pajak Badan yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang selatan yang telah dibagi berdasarkan jabatan, usia, jenis kelamin, bidang usaha, sudah belumnya menggunakan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP, dan jenis insentif perpajakan di masa pandemi yang digunakan. Uraian masing – masing karakteristik dari 70 responden Wajib Pajak Badan dapat dilihat pada tabel 4.1.

Responden pada penelitian ini didominasi oleh usia 36 tahun sampai 45 tahun dengan persentase 57%. Jenis kelamin responden juga didominasi wanita dengan persentase sebesar 54%. Bidang usaha dari responden didominasi oleh bidang usaha berjenis lainnya yang mana mencakup bidang jenis selain yang tertera pada kuesioner yakni dengan persentase sebesar 26%. Bidang usaha lainnya mencakup bidang kesehatan, properti, konsultan, koperasi, pendidikan / bimbingan belajar, dan organisasi

Tabel 4.1

Karakteristik Responden

Karakteristik	Klasifikasi	Jumlah	Persentase
Usia	< 25 th	8	11%
	25-35 th	11	16%
	36-45 th	40	57%
	> 45 th	11	16%
Jenis Kelamin	Laki - Laki	32	46%
	Wanita	38	54%
Bidang Usaha	Pertanian	0	0%
	Konstruksi	0	0%
	Hotel / Penginapan	13	19%
	Perkebunan	0	0%
	Instalasi	0	0%
	Wisata	0	0%
	Pembibitan dan budidaya	0	0%
	Pertambangan	0	0%
	Jasa	16	23%
	Restoran	9	13%
	Industri	4	6%
	Perdagangan	8	11%
	Pengusahaan	0	0%
Angkutan	2	3%	
Lainnya	18	26%	

Sumber : Hasil pengisian kuesioner

4.2.2 Statistik Deskriptif

Penilaian deskriptif masing – masing variabel dilakukan sesuai dengan interval dari nilai reratanya. Perhitungan dalam memnentukan skala interval adalah sebagai berikut :

$$\text{Skala Interval} = \frac{(\text{Nilai Tertinggi}-\text{Nilai Terendah})}{\text{Jumlah Skala}}$$

$$\text{Skala Interval} = \frac{(5-1)}{5} = 0,8$$

Pemeringkatan disesuaikan dengan skala interval masing – masing variabel yang dapat dilihat pada tabel 4.2

Tabel 4.2

Kategori Penilaian Berdasarkan Skala

Variabel	Skala Interval				
	1,00 – 1,80	1,81 – 2,60	2,61 – 3,40	3,41 – 4,20	4,21 – 5,00
Persepsi Kualitas Pelayanan (X ₁)	Sangat buruk	Buruk	Cukup baik	Baik	Sangat baik
Persepsi Faktor Sosial (X ₂)	Sangat buruk	Buruk	Cukup baik	Baik	Sangat baik
Persepsi Pemahaman Perpajakan (X ₃)	Sangat buruk	Buruk	Cukup baik	Baik	Sangat baik
Kondisi Ekonomi Wajib Pajak (X ₄)	Sangat buruk	Buruk	Cukup baik	Baik	Sangat baik
Minat Wajib Pajak Badan Memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19 (Y)	Sangat buruk	Buruk	Cukup baik	Baik	Sangat baik

Hasil untuk statistik deksriptif tiap variabel pada penelitian ini dapat diperlihatkan pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3
Statistik Deskriptif

Variabel	Mean	Standard Deviation
Persepsi Kualitas Pelayanan (X_1)	3,92	0,57
Persepsi Faktor Sosial (X_2)	3,95	0,56
Persepsi Pemahaman Pajak (X_3)	4,22	0,62
Kondisi Ekonomi Wajib Pajak (X_4)	4,25	0,53
Minat Wajib Pajak Badan Memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19 (Y)	4,26	0,58

Sumber : Lampiran Statistik Deskriptif

Melihat Tabel 4.2 dan Tabel 4.3, maka dapat dinilai atas tiap variabel bahwa :

1. Hasil statistik deskriptif menjelaskan bahwa nilai rata – rata persepsi kualitas pelayanan (X_1) ialah 3,92 yang dapat diartikan bahwa persepsi kualitas pelayanan memiliki kategori baik . Standar deviasi dari persepsi kualitas pelayanan bernilai 0,57 yang memiliki arti adanya perbedaan jawaban responden atas persepsi kualitas pelayanan sebesar 14,5% dibanding rata – rata persepsi kualitas pelayanan.
2. Hasil statistik deskriptif menjelaskan bahwa nilai rata – rata persepsi faktor sosial (X_2) ialah 3,95 yang dapat diartikan bahwa persepsi kualitas pelayanan memiliki kategori baik. Standar deviasi dari persepsi faktor sosial bernilai 0,56 yang memiliki arti adanya perbedaan jawaban responden atas persepsi faktor sosial sebesar 14.18% dibanding rata – rata persepsi faktor sosial.
3. Hasil statistik deskriptif menjelaskan bahwa nilai rata – rata persepsi kualitas pelayanan (X_3) ialah 4,22 yang dapat diartikan bahwa persepsi pemahaman pajak memiliki kategori sangat baik. Standar deviasi dari persepsi pemahaman

pajak bernilai 0,62 yang memiliki arti adanya perbedaan jawaban responden atas persepsi pemahaman pajak sebesar 14,69% dibanding rata – rata persepsi pemahaman pajak

4. Hasil statistik deskriptif menjelaskan bahwa nilai rata – rata kondisi ekonomi Wajib Pajak (X_4) ialah 4,25 yang dapat diartikan bahwa kondisi ekonomi Wajib Pajak memiliki kategori sangat baik . Standar deviasi dari kondisi ekonomi bernilai 0,53 yang memiliki arti adanya perbedaan jawaban responden atas kondisi ekonomi sebesar 12.47% dibanding rata – rata kondisi ekonomi.

5. Hasil statistik deskriptif menjelaskan bahwa nilai rata – rata Minat Wajib Pajak Badan Memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19 (Y) ialah 4,26 yang dapat diartikan bahwa Minat Wajib Pajak Badan Memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19 memiliki kategori sangat baik. Standar deviasi dari Minat Wajib Pajak Badan Memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19 bernilai 0,58 yang memiliki arti adanya perbedaan jawaban responden atas Minat Wajib Pajak Badan Memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19 sebesar 13,61% dibanding rata – rata Minat Wajib Pajak Badan Memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19.

4.2.3 Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas Pelayanan (X_1)

Deskripsi mengenai variabel persepsi kualitas pelayanan (X_1) dapat dijelaskan dari nilai rata – rata tiap item indikator seperti pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4

Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas Pelayanan (X₁)

Item	Indikator	Rata - Rata	Penilaian
X _{1.1}	Entitas kami merasa pengajuan permohonan untuk memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP tidak rumit.	4,09	Baik
X _{1.2}	Entitas kami mudah untuk mempelajari ketentuan dalam memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP.	3,94	Baik
X _{1.3}	Entitas kami tidak mengalami kesalahan – kesalahan dalam menjalankan prosedur dalam memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP.	3,83	Baik
X _{1.4}	Entitas kami percaya pelayanan dalam memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP minim kendala.	3,81	Baik

Sumber : Tabulasi hasil pengisian kuesioner yang diolah

Pada tabel 4.5 dijelaskan bahwa indikator persepsi kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh paling tinggi adalah pengajuan permohonan untuk memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP tidak rumit karena memiliki nilai rata-rata tertinggi, yakni 4,09. Indikator persepsi kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh paling rendah adalah kepercayaan bahwa pelayanan dalam memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP minim kendala karena memiliki nilai rata – rata terendah, yakni sebesar 3,81.

4.2.4 Deskripsi Variabel Persepsi Faktor Sosial (X₂)

Deskripsi mengenai variabel persepsi faktor sosial (X₂) dapat dijelaskan dari nilai rata – rata tiap item indikator seperti pada Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5

Deskripsi Variabel Persepsi Faktor Sosial (X₂)

Item	Indikator	Rata - Rata	Penilaian
X _{2.1}	Entitas kami memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP karena dorongan teman, kerabat, dan pemerintah	3,80	Baik
X _{2.2}	Entitas kami terdorong memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP karena informasi yang entitas kami dapatkan jelas adanya	4,17	Baik
X _{2.3}	Entitas kami merasa sosialisasi yang digencarkan pemerintah mampu memotivasi entitas kami untuk memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP	3,89	Baik
X _{2.4}	Entitas kami berminat memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP karena sudah banyak Wajib Pajak yang menggunakan insentif tersebut	3,93	Baik

Sumber : Tabulasi hasil pengisian kuesioner yang diolah

Pada tabel 4.5 dijelaskan bahwa indikator persepsi faktor sosial yang memiliki pengaruh paling tinggi adalah dorongan untuk memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP karena informasi yang entitas dapatkan jelas adanya karena memiliki nilai rata-rata tertinggi, yakni 4,17. Indikator persepsi yang memiliki pengaruh paling rendah adalah dorongan entitas memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP karena

dorongan teman, kerabat, dan pemerintah karena memiliki nilai rata – rata terendah, yakni sebesar 3,80.

4.2.5 Deskripsi Variabel Persepsi Pemahaman Pajak (X₃)

Deskripsi mengenai variabel persepsi pemahaman pajak (X₃) dapat dijelaskan dari nilai rata – rata tiap item indikator seperti pada Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6

Deskripsi Variabel Persepsi Pemahaman Pajak (X₃)

Item	Indikator	Rata - Rata	Penilaian
X _{3.1}	Entitas kami merasa pemahaman pajak yang entitas kami miliki memudahkan entitas kami dalam memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP	4,07	Baik
X _{3.2}	Entitas memahami secara umum ketentuan dan peraturan yang ada dalam perpajakan	4,04	Baik
X _{3.3}	Entitas kami bisa menghitung tarif PPh Pasal 21 sesuai KUP yang berlaku	4,34	Sangat Baik
X _{3.4}	Entitas kami dapat mengisi dan melaporkan Surat Pemberitahuan Tahunan	4,30	Sangat Baik
X _{3.5}	Entitas kami memahami hak dan kewajiban sebagai Wajib Pajak Badan	4,36	Sangat Baik

Sumber : Tabulasi hasil pengisian kuesioner yang diolah

Pada tabel 4.6 dijelaskan bahwa indikator persepsi pemahaman pajak yang memiliki pengaruh paling tinggi adalah pemahaman entitas terkait hak dan kewajiban sebagai Wajib Pajak Badan karena memiliki nilai rata-rata tertinggi, yakni 4,36. Indikator persepsi kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh paling rendah

adalah pemahaman entitas terkait ketentuan dan peraturan yang ada dalam perpajakan secara umum karena memiliki nilai rata – rata terendah, yakni sebesar 4,04.

4.2.6 Deskripsi Variabel Kondisi Ekonomi Wajib Pajak (X4)

Deskripsi mengenai variabel kondisi ekonomi Wajib Pajak (X4) dapat dijelaskan dari nilai rata – rata tiap item indikator seperti pada Tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7

Deskripsi Variabel Kondisi Ekonomi Wajib Pajak (X4)

Item	Indikator	Rata - Rata	Penilaian
X4.1	Entitas kami merasa Insentif pajak PPh Pasal 21 DTP memberikan kontribusi terhadap kondisi ekonomi Wajib Pajak Badan	4,20	Baik
X4.2	Entitas kami memprioritaskan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP selama masa pandemi COVID-19	4,31	Sangat Baik
X4.3	Entitas kami percaya kondisi ekonomi negara dapat mempengaruhi kondisi ekonomi Wajib Pajak Badan	4,39	Sangat Baik
X4.4	Tekanan keuangan membuat entitas kami harus memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP	4,07	Baik
X4.5	Kondisi ekonomi saat pandemi COVID-19 adalah waktu yang tepat untuk memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP	4,29	Sangat Baik

Sumber : Tabulasi hasil pengisian kuesioner yang diolah

Pada tabel 4.7 dijelaskan bahwa indikator kondisi ekonomi Wajib Pajak yang memiliki pengaruh paling tinggi adalah kepercayaan entitas terkait kondisi ekonomi negara dapat mempengaruhi kondisi ekonomi Wajib Pajak Badan karena

memiliki nilai rata-rata tertinggi, yakni 4,39. Indikator kondisi ekonomi Wajib Pajak yang memiliki pengaruh paling rendah adalah tekanan keuangan membuat entitas harus memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP karena memiliki nilai rata – rata terendah, yakni sebesar 4,07.

4.2.7 Deskripsi Variabel Minat Wajib Pajak Badan Memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19 (Y)

Deskripsi mengenai variabel minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 (Y) dapat dijelaskan dari nilai rata – rata tiap item indikator seperti pada Tabel 4.8 berikut :

Tabel 4.8
Deskripsi Variabel Minat Wajib Pajak Badan Memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19 (Y)

Item	Indikator	Rata - Rata	Penilaian
Y ₁	Apabila prosedur pemanfaatan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP mudah, entitas kami akan berminat untuk memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP	4,30	Sangat Baik
Y ₂	Entitas kami akan terus memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP selama masih berlaku	4,31	Sangat Baik
Y ₃	Entitas kami akan merekomendasikan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP kepada kerabat atau entitas yang membutuhkan	4,26	Sangat Baik
Y ₄	Entitas kami memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP untuk mempertahankan kondisi	4,19	Baik

	entitas kami di masa pandemi COVID-19		
--	---------------------------------------	--	--

Sumber : Tabulasi hasil pengisian kuesioner yang diolah

Pada tabel 4.8 dijelaskan bahwa indikator minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 yang memiliki pengaruh paling tinggi adalah entitas akan terus memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP selama masih berlaku karena memiliki nilai rata-rata tertinggi, yakni 4,31.

Indikator minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemic COVID-19 yang memiliki pengaruh paling rendah adalah entitas memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP untuk mempertahankan kondisi entitas di masa pandemi COVID-19 karena memiliki nilai rata – rata terendah, yakni sebesar 4,19.

4.3 Analisis Hasil Penelitian

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas ialah uji yang berguna untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2015:49). Kuesioner dalam hal ini digunakan sebagai media untuk mengumpulkan data penelitian yang didapatkan dari responden – responden yang ada. Suatu kuesioner dianggap valid atau baik apabila dapat menjelaskan indikator – indikator yang telah diukur. Uji validitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS dengan melihat nilai validitas pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Apabila r hitung $\geq r$ tabel serta nilainya positif, maka pertanyaan atau indikator dapat dinyatakan valid (Ghozali, 2016).

Penelitian ini menggunakan r tabel (N) 70 dengan signifikansi 5% sehingga r tabel nya sebesar 0,235. Nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada tiap item pada variabel persepsi kualitas pelayanan, persepsi faktor sosial, persepsi pemahaman pajak, kondisi ekonomi Wajib Pajak, dan minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 menunjukkan hasil pengujian yang di mana nilai r hitung dan *Item-total correlation* diatas r tabel sehingga dinyatakan valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah uji yang digunakan untuk menunjukkan ketepatan dan akurasi dari pengukurannya. Suatu pengukur dikatakan andal apabila dapat dipercaya dan konsisten sehingga kedua hal ini dikatakan memiliki hubungan untuk menentukan reliabilitasnya. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai koefisien *Cronbach Alpha* untuk variabel – variabel yang digunakan. Data pada kuesioner dinyatakan andal apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 (Ghozali , 2015). Hasil uji menjelaskan apabila variabel persepsi kualitas pelayanan (X_1) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,851, variabel persepsi faktor sosial (X_2) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,682, variabel persepsi pemahaman pajak (X_3) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,889, variabel kondisi ekonomi Wajib Pajak (X_4) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,828, dan variabel minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,875. Masing – masing variabel memiliki nilai

Cornbach Alpha lebih dari *r* hitung dan cutoff 0,60 sehingga dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	Corected Item- Total Correlation	Cronbach Alpha
Persepsi Kualitas Pelayanan	X _{1.1}	0,744	0,851
	X _{1.2}	0,736	
	X _{1.3}	0,610	
	X _{1.4}	0,684	
Persepsi Faktor Sosial	X _{2.1}	0,410	0,682
	X _{2.2}	0,576	
	X _{2.3}	0,374	
	X _{2.4}	0,554	
Persepsi Pemahaman Pajak	X _{3.1}	0,686	0,889
	X _{3.2}	0,748	
	X _{3.3}	0,743	
	X _{3.4}	0,779	
	X _{3.5}	0,710	
Kondisi Ekonomi Wajib Pajak	X _{4.1}	0,584	0,828
	X _{4.2}	0,699	
	X _{4.3}	0,660	
	X _{4.4}	0,590	
	X _{4.5}	0,614	
Minat Wajib Pajak Badan Untuk Memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19	Y ₁	0,762	0,875
	Y ₂	0,847	
	Y ₃	0,844	
	Y ₄	0,840	

Sumber : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.3.1 Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* yang kemudian dapat kita lihat nilai signifikansinya. Jika nilai sig. > 0,05, maka data dinyatakan terdistribusi dengan normal. Uji normalitas juga melihat sebuah distribusi data yang tidak miring ke kanan atau ke kiri (Nilai skewness simetris atau sama dengan 0) dan memiliki keruncingan yang ideal (kurtois berangka 0). Berkaitan dengan kedua hal ini dapat menimbulkan varias sehingga seberapa miring dan seberapa runcing distribusi yang telah diuji masih dapat dianggap normal walau tidak benar – benar berdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilihat dari *normal probability plot* yang membandingkan dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Pada distribusi normal akan menghasilkan garis lurus diagonal serta nantinya akan dibandingkan antara plotting data dengan garis diagonal tersebut. Distribusi residual dikatakan normal apabila garis yang menggambarkan data mengikuti garis diagonal tersebut.

Tabel 4.10

Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

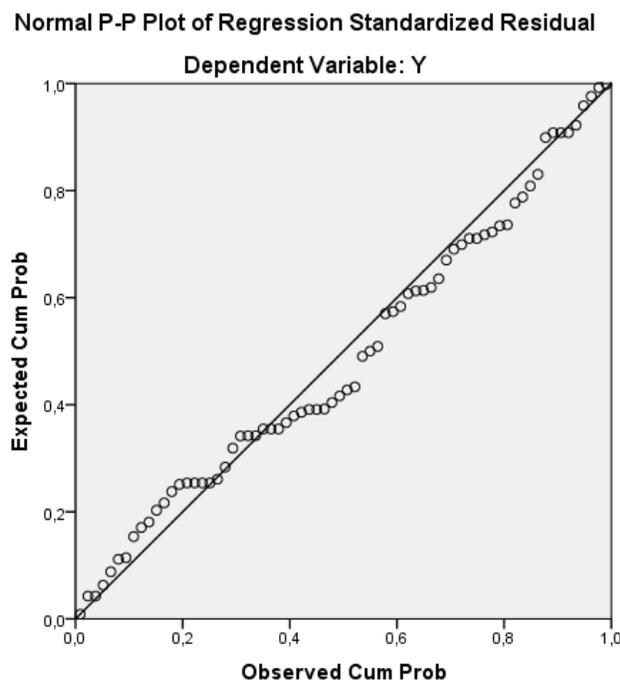
		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,31743457
Most Extreme Differences	Absolute	,097

	Positive	,097
	Negative	-,060
Test Statistic		,097
Asymp. Sig. (2-tailed)		,099 ^e

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 4.1

Hasil Pengujian Normalitas dengan Normal Probability Plot



Pada grafik diatas, model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas karena terlihat titik – titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah dari garis diagonalnya.

4.3.3.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah ditemukannya korelasi pada variabel – variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2016). Cara untuk mengetahui model regresi bebas dari multikolonieritas dengan melihat nilai *variance inflator factor* (VIF) output kurang dari 10 dan nilai *tolerance output* memiliki nilai lebih dari 0,1 serta koefisien korelasi antar variabel independen harus lemah ($<0,9$). Pada penelitian, adanya multikolonieritas dapat mengakibatkan beberapa akibat seperti :

1. Pengaruh tiap variabel independen sulit dibedakan bahkan tidak dapat dideteksi
2. Cenderung meningkatnya kesalahan standar estimasi dengan semakin bertambahnya variabel independen
3. Probabilitas dalam menerima hipotesis yang salah semakin meningkat
4. Tingkat signifikansi untuk menolak hipotesis nol semakin meningkat
5. Nilai t sangat rendah disebabkan adanya kesalahan standar tiap koefisien yang diduga sangat besar.

Untuk melihat ada tidaknya multikolonieritas pada model regresi, maka dapat dilihat pada table 4.11

Tabel 4.11

Uji Multikolonieritas

Model	Tolerance	VIF
Persepsi Kualitas Pelayanan	0,462	2,166
Persepsi Faktor Sosial	0,370	2,702

Persepsi Pemahaman Pajak	0,535	1,869
Kondisi Ekonomi Wajib Pajak	0,465	2,153

Pada Tabel 4.11 Dijelaskan bahwa nilai VIF seluruh variable independent kurang dari nilai kritis (VIF sebesar 10). Maka dapat dikatakan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinieritas.

4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

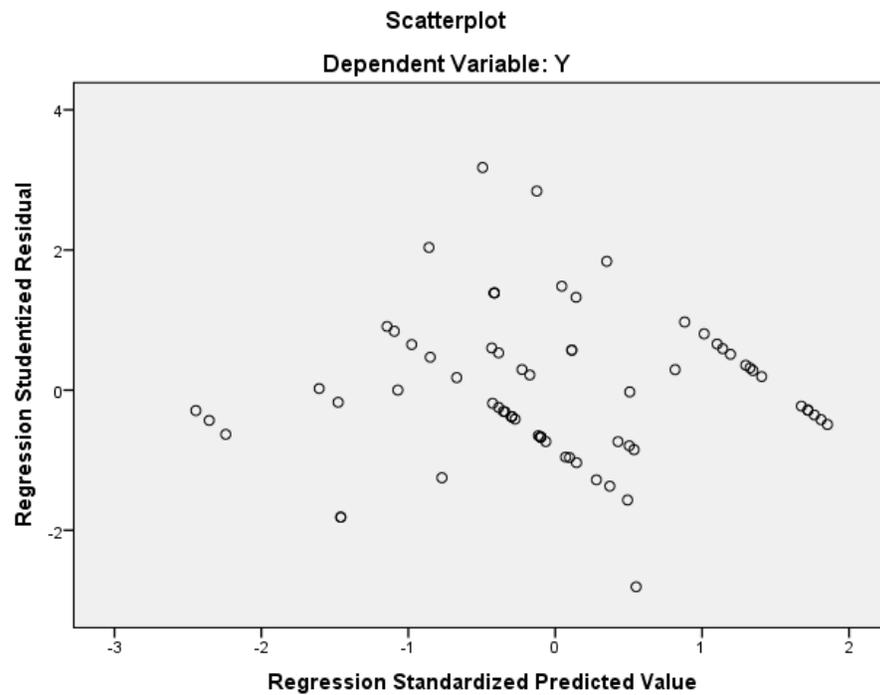
Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varian dari pengamatan yang dilakukan pada model regresi yang digunakan. Model regresi dikatakan tidak baik karena ditemukan adanya data *crosssection*. Model regresi dinyatakan terjadi heteroskedastisitas dengan acuan apabila $\text{sig.} < 0,05$ serta dapat dengan melihat grafik scatterplots dengan titik – titik yang menyebar secara acak. Apabila hasil pengujian terdapat heteroskedastisitas akan menyebabkan :

1. Terpengaruhnya kesalahan baku koefisien regresi, sehingga koefisien determinasi menjelaskan daya penjelasan yang terlalu besar
2. Estimator menjadi tidak efisien disebabkan sudah tidak minim atau tidak efisien lagi variansnya.

Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* dan melihat plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya (Ghozali, 2015:126). Analisis heterokedastisitas sebagai berikut:

1. Jika ada titik – titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka diindikasikan terdapat atau telah terjadi heterokedastisitas.
2. Apabila tidak ada pola yang jelas dan penyebaran titik – titik berada di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terdapat heterokedastisitas

Gambar 4.2
Grafik Scatterplot



Pada grafik *Scatterplot* dapat dilihat bahwa penyebaran titik – titik menyebar secara acak dan tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga model regresi dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas dan layak dipakai untuk memprediksi.

4.3.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Berganda dengan variabel dependen Minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemic COVID-19 (Y), dan beberapa variabel independent yakni, persepsi kualitas pelayanan (X_1), persepsi faktor sosial (X_2), persepsi pemahaman pajak (X_3), dan kondisi ekonomi Wajib Pajak (X_4). Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4.12

Tabel 4.12
Hasil Perhitungan Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-,007	,355		-,019	,985
	X1	,255	,102	,250	2,486	,015
	X2	,085	,116	,082	,730	,468
	X3	,219	,087	,236	2,526	,014
	X4	,474	,110	,434	4,322	,000

a. Dependent Variable: Y

Hasil analisis regresi diatas dapat diperoleh persamaan untuk model regresi linear berganda yakni:

$$Y = -0,007 + 0,255 X_1 + 0,085 X_2 + 0,219 X_3 + 0,474 X_4 + \varepsilon$$

Pada persamaan model regresi linear berganda tersebut menjelaskan bahwa koefisien dari variabel persepsi kualitas pelayanan, persepsi faktor sosial, persepsi pemahaman pajak, dan kondisi ekonomi Wajib Pajak bertanda

positif. Hal ini menunjukkan bahwa variabel – variabel tersebut memiliki pengaruh yang searah dengan variabel dependen. Dengan kata lain, apabila variabel independen meningkat, maka variabel dependennya juga meningkat dan sebaliknya. Tidak terdapat variabel yang bertanda negatif pada hasil uji analisis regresi. Penjelasan terkait model persamaan regresi linear berganda ini adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstanta *intercept* bernilai $-0,007$ ialah perpotongan garis regresi dengan sumbu Y yang menjelaskan tingkat minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemic COVID-19 ketika semua variabel independent sama dengan 0
2. Variabel persepsi kualitas pelayanan mempunyai koefisien regresi yang positif, sehingga memiliki arti jika persepsi kualitas pelayanan semakin tinggi maka minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 juga semakin meningkat sebesar nilai koefisien regresinya sebesar $0,255$ Dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
3. Variabel persepsi faktor sosial mempunyai koefisien regresi yang positif, sehingga memiliki arti jika persepsi faktor sosial semakin tinggi maka minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 juga semakin meningkat sebesar nilai koefisien regresinya sebesar $0,085$ Dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

4. Variabel persepsi pemahaman pajak mempunyai koefisien regresi yang positif, sehingga memiliki arti jika persepsi pemahaman pajak semakin meningkat maka minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 juga semakin meningkat sebesar nilai koefisien regresinya sebesar 0,219 Dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

5. Variabel kondisi ekonomi Wajib Pajak mempunyai koefisien regresi yang positif, sehingga memiliki arti jika pengaruh kondisi ekonomi Wajib Pajak semakin tinggi maka minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 juga semakin meningkat sebesar nilai koefisien regresinya sebesar 0,474 Dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

4.3.5 Pengujian Hipotesis

4.3.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi memiliki fungsi untuk mengukur kemampuan suatu model dalam menerangkan atau menjelaskan variasi pada variabel dependen. Jika nilai yang dihasilkan mendekati satu, maka dapat diartikan variabel – variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang digunakan untuk memperkirakan variasi variabel dependennya. Nilai koefisien determinasi untuk variabel dependen terlihat pada table 4. Yakni sebesar 0,696 artinya 69.6% variasi pada variabel minat Wajib Pajak Badan

untuk memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemic COVID-19 (Y) ditentukan oleh perubahan semua variabel independent, yaitu persepsi kualitas pelayanan, persepsi faktor sosial, persepsi pemahaman pajak, dan kondisi ekonomi Wajib Pajak yang dimasukkan pada model regresi. Dengan kata lain sisanya sebesar 30,4% minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 masih ditentukan oleh variabel – variabel lain yang tidak diteliti. Menurut Cohen, kondisi pengaruh rendah dapat dilihat dengan nilai koefisien determinasi dengan nilai 0,10 – 0,30, kondisi pengaruh moderat antara 0,30 – 0,50 dan kondisi pengaruh yang kuat dengan nilai lebih dari 0,50. Hasil pada penelitian ini menunjukkan nilai koefisien determinasi 0,696 yang memiliki arti bahwa pengaruh kuat dari semua variabel independent terhadap variabel minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemic COVID-19.

Tabel 4.13

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,834 ^a	,696	,677	,32706

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

4.3.5.2 Uji Statistik F

Uji Statistik F dilakukan untuk menguji persepsi kualitas pelayanan, persepsi faktor sosial, persepsi pemahaman pajak, dan kondisi ekonomi Wajib

Pajak secara simultan berpengaruh terhadap minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19. Apabila nilai signifikansi (p) kurang dari 0,05 (signifikan $\alpha = 5\%$) maka variabel – variabel independen yang digunakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.14

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15,908	4	3,977	37,180	,000 ^b
	Residual	6,953	65	,107		
	Total	22,861	69			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

Hasil analisis regresi terlihat nilai signifikan F sebesar 0,000 dan nilai signifikan F lebih kecil dibandingkan tingkat signifikansi 0,05 sehingga variabel – variabel independen seperti persepsi kualitas pelayanan (X_1), persepsi faktor sosial (X_2), persepsi pemahaman pajak (X_3), dan kondisi ekonomi Wajib Pajak (X_4) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Oleh karena itu, variabel independen yang terdiri dari persepsi kualitas pelayanan, persepsi faktor sosial, persepsi pemahaman pajak, dan kondisi ekonomi Wajib Pajak secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19.

4.3.5.3 Uji Statistik t

Uji statistik t dilakukan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh variabel independen persepsi kualitas pelayanan, persepsi faktor sosial, persepsi pemahaman pajak, dan kondisi ekonomi Wajib Pajak terkait searah atau tidak searahnya dalam memberi pengaruh secara parsial terhadap minat Wajib Pajak Badan untuk memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19. Jika tiap variabel independent memiliki signifikan t lebih kecil daripada tingkat signifikansi 5%,

Mengacu pada tabel 4.12, hasil analisis Uji t terlihat untuk variabel persepsi kualitas pelayanan (X_1), persepsi pemahaman pajak (X_3), dan kondisi ekonomi Wajib Pajak (X_4) memiliki nilai signifikan yang lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05 sehingga dapat dikatakan untuk variabel persepsi kualitas pelayanan, persepsi pemahaman pajak, dan kondisi ekonomi Wajib Pajak masing – masing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19. Lain hal untuk variabel persepsi faktor sosial (X_2) yang memiliki nilai signifikansi lebih besar daripada tingkat signifikansi 0,05 sehingga persepsi faktor sosial dapat dikatakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19.

4.3.6 Diskusi Hasil Penelitian

4.3.6.1 Persepsi Kualitas Pelayanan

Persepsi kualitas pelayanan (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 (Y), karena memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,015 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 serta memiliki nilai *Standardized beta* sebesar 0,250, sehingga hipotesis yang menyatakan persepsi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 diterima. Menurut Teori TPB dan arti persepsi kualitas pelayanan bahwa seorang individu akan berminat apabila apa yang diinginkan sesuai dengan harapannya sehingga timbulnya kepercayaan dan kepuasan. Persepsi kualitas pelayanan yang dimiliki Wajib Pajak Badan dapat meningkatkan minat untuk memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 karena dengan adanya kualitas pelayanan yang mudah, tepat, cepat, dan informatif baik dari segi pelayanan hingga prosedur pengajuan permohonannya dapat membuat Wajib Pajak Badan merasa puas dan berminat memanfaatkan insentif. Hal ini didukung oleh hasil mean tertinggi dari hasil analisis variabel persepsi kualitas pelayanan yang menyatakan bahwa banyak Wajib Pajak Badan merasa dan setuju pengajuan permohonan untuk memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP tidak rumit. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Wahyuni (2017) yang menjelaskan apabila persepsi kualitas pelayanan dapat mempengaruhi minat individu.

4.3.6.2 Persepsi Faktor Sosial

Variabel persepsi faktor sosial (X_2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 (Y), karena memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,468 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 serta memiliki nilai *Standardized beta* sebesar 0,082, sehingga hipotesis yang menyatakan persepsi faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 ditolak. Menurut TPB dan persepsi faktor sosial bahwa seseorang akan berminat melakukan sesuatu apabila adanya pengaruh baik dari lingkungan, teman, rekan kerja, pemerintah, dan lainnya. Pada hasil penelitian ini persepsi faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan Insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 karena dimungkinkan Wajib Pajak Badan lebih mempertimbangkan keputusan untuk berminat melihat dari aspek kondisi dan kemampuan usahanya secara keseluruhan saat ini dibanding ajakan atau pengaruh sosial dari lingkungannya.

Hal ini dijelaskan dari hasil analisis variabel persepsi faktor sosial yang mana dorongan teman, kerabat, dan pemerintah memiliki mean terendah serta Wajib Pajak lebih merasa terdorong karena informasi yang entitas dapatkan jelas adanya melihat item ini memiliki mean paling tinggi. Hal ini sejalan dengan

penelitian yang dilakukan oleh Sakti (2020) yang meneliti bahwa terdapat banyak Wajib Pajak mengetahui adanya informasi terkait insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 dari berbagai media baik secara langsung maupun tidak langsung, namun masih banyak pula yang belum memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 dengan alasan yang beragam.

4.3.6.3 Persepsi Pemahaman Pajak

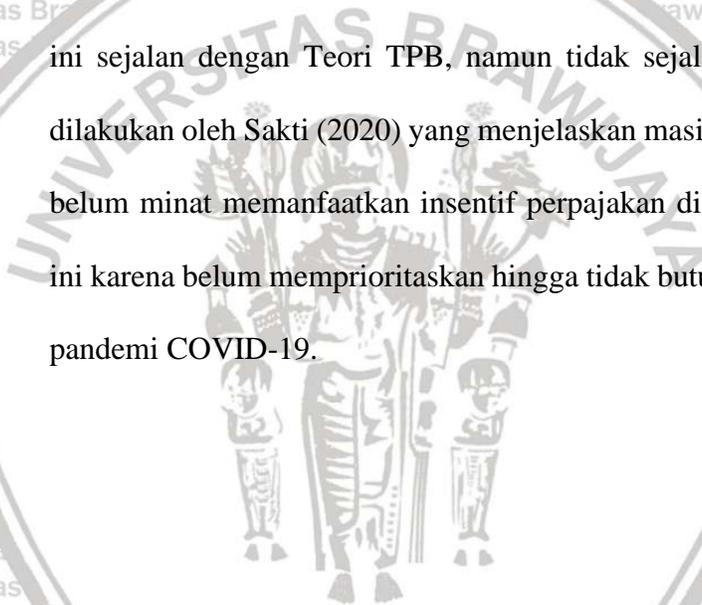
Variabel persepsi pemahaman pajak (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 (Y), karena memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,014 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 serta memiliki nilai *Standardized beta* sebesar 0,236, sehingga hipotesis yang menyatakan persepsi pemahaman pajak berpengaruh signifikan terhadap minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 diterima. Menurut teori TPB dan persepsi pemahaman pajak bahwa salah satu pengaruh individu dalam berperilaku yakni pemahaman. Pemahaman pajak yang dimiliki oleh Wajib Pajak Badan dapat meningkatkan minat dalam memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 karena akan mempermudah Wajib Pajak Badan dalam melaksanakan permohonan pemanfaatan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 baik terkait memahami ketentuan, perhitungan, hingga pelaporan perpajakan yang masuk dalam hal-hal yang perlu dilakukan agar dapat memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19. Hal ini didukung oleh hasil mean

tertinggi dari hasil analisis variabel persepsi pemahaman pajak yang menyatakan bahwa pemahaman entitas terkait hak dan kewajiban sebagai Wajib Pajak Badan yang memiliki pengaruh tinggi untuk mempengaruhi minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama, A. R. (2018) yang menjelaskan apabila pemahaman tentang perpajakan berpengaruh terhadap minat wajib pajak.

4.3.6.4 Kondisi Ekonomi Wajib Pajak

Variabel kondisi ekonomi Wajib Pajak (X_4) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 (Y), karena memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 serta memiliki nilai *Standardized beta* sebesar 0,434, sehingga hipotesis yang menyatakan kondisi ekonomi Wajib Pajak berpengaruh terhadap minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 diterima. Menurut Teori TPB bahwa seseorang akan melakukan sesuatu apabila adanya tekanan dan keharusan baik secara eksternal maupun internal seseorang salah satunya ialah kondisi ekonomi Wajib Pajak. Kondisi ekonomi masa pandemi COVID-19 ini membuat beberapa Wajib Pajak Badan memepertimbangkan untuk melakukan hal sesuatu terkait mempertahankan kondisi ekonomi usahanya di masa pandemi ini terutama dengan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 yang masih berlaku karena

merasa pengaruh kondisi ekonomi negara pada saat pandemi COVID-19 ini dapat mempengaruhi kondisi ekonomi dari Wajib Pajak Badan sehingga memungkinkan kondisi ekonomi Wajib Pajak dapat mempengaruhi minat dalam memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19. Hal ini didukung oleh hasil mean tertinggi dari hasil analisis variabel kondisi ekonomi Wajib Pajak yang mana Wajib Pajak Badan percaya bahwa kondisi ekonomi negara dapat mempengaruhi kondisi ekonomi Wajib Pajak Badan sendiri. Hal ini sejalan dengan Teori TPB, namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sakti (2020) yang menjelaskan masih banyak Wajib Pajak yang belum minat memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 ini karena belum memprioritaskan hingga tidak butuh insentif perpajakan masa pandemi COVID-19.



BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang membahas tentang minat Wajib Pajak Badan atas insentif perpajakan PPh Pasal 21 DTP masa pandemi, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Persepsi kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 karena dengan kualitas pelayanan yang mudah, tepat, cepat, dan informatif baik dari segi pelayanan hingga prosedur pengajuan permohonan dapat membuat Wajib Pajak Badan tidak kesulitan dan merasa puas sehingga dapat berminat untuk memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 yang berlaku.
2. Persepsi faktor sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 karena dimungkinkan Wajib Pajak Badan lebih mementingkan serta mempertimbangkan informasi yang didapatkan Wajib Pajak Badan dan kondisi serta kemampuan dari usahanya sendiri dibanding pengaruh teman dan lingkungan sosial untuk memutuskan berminat memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19.
3. Persepsi pemahaman pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 karena dengan pemahaman pajak yang dimiliki Wajib Pajak Badan dapat

mempermudah dalam pengajuan permohonan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 baik terkait pemahaman hak dan kewajiban sebagai Wajib Pajak, ketentuan perpajakan, perhitungan, hingga pelaporannya sehingga kewajiban serta ketentuan yang perlu dilakukan Wajib Pajak Badan dapat dilaksanakan dengan baik.

4. Kondisi ekonomi Wajib Pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat Wajib Pajak Badan memanfaatkan insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 karena Wajib Pajak Badan percaya bahwa kondisi ekonomi negara pada saat pandemi COVID-19 menjadi salah satu tekanan serta keharusan bagi Wajib Pajak Badan untuk dapat mempertahankan kondisi ekonominya baik dengan menjaga keuangan perusahaan hingga mencegah hal hal yang dimungkinkan terjadi demi menjaga agar perusahaan tetap berjalan di masa pandemi COVID-19 ini sehingga insentif perpajakan di masa pandemi COVID-19 menjadi salah satu solusi untuk mempertahankan kondisi ekonomi di masa pandemi COVID-19.

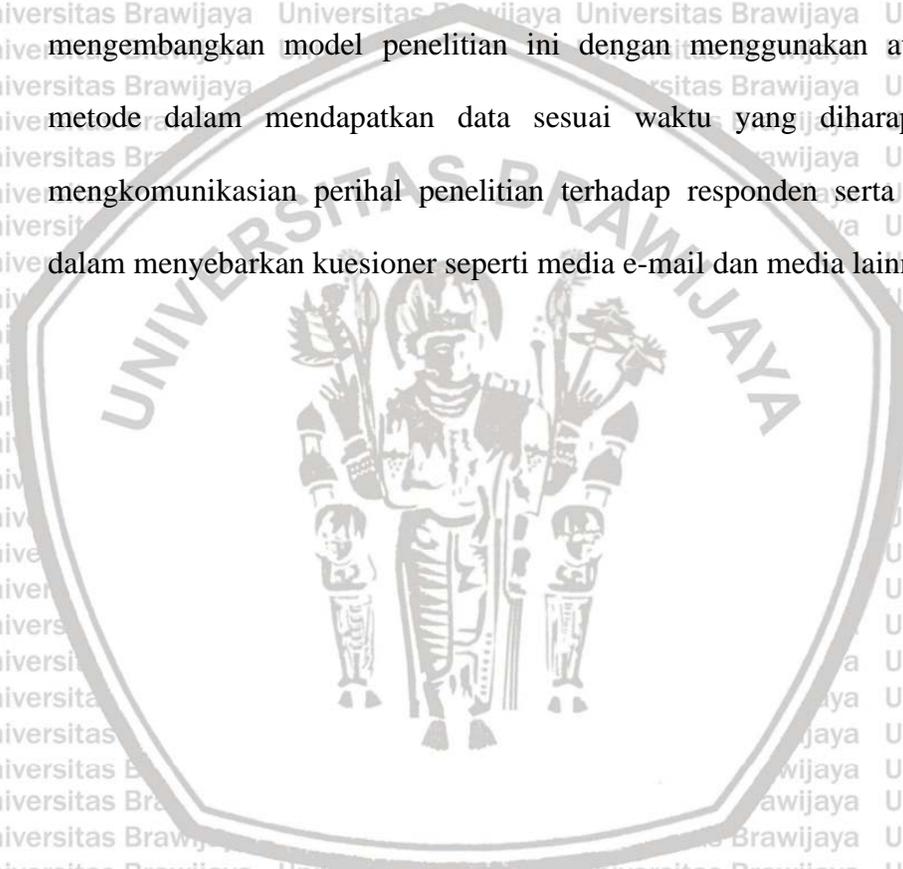
5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan dan diharapkan dapat disempurnakan untuk penelitian selanjutnya. Keterbatasan yang dimungkinkan dapat mempengaruhi hasil dari penelitian ini yakni kondisi saat melakukan penelitian yakni kondisi di masa pandemi COVID-19 sedikit menghambat peneliti terkait waktu dalam mendapatkan jumlah responden sesuai target dikarenakan jumlah responden yang banyak, serta enggan nya beberapa responden untuk bersedia mengisi kuesioner

penelitian karena beberapa alasan, sehingga waktu penyelesaian penelitian ini membutuhkan waktu yang cenderung sedikit lama.

5.3 Saran untuk Penelitian Berikutnya

Berdasarkan kesimpulan serta keterbatasan pada penelitian ini, maka ada beberapa saran yang akan diberikan yakni Penelitian selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan model penelitian ini dengan menggunakan atau menambahkan metode dalam mendapatkan data sesuai waktu yang diharapkan seperti cara mengkomunikasikan perihal penelitian terhadap responden serta menambah media dalam menyebarkan kuesioner seperti media e-mail dan media lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- (n.d.). Retrieved from Satuan Tugas Penanganan COVID-19: <https://covid19.go.id/>
- 9 Daerah di Indonesia yang Terapkan PSBB Karena Virus Corona. (2020, April 13). Retrieved from KOMPAS.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/13/080408865/9-daerah-di-indonesia-yang-terapkan-psbb-karena-virus-corona>
- Ajzen. (1991). The Theory Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50:179-211.
- Amijaya, G. R. (2010). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking. *Jurnal*.
- Arniati. (20019). Peran Theory of Planned Behavior dan Etika Terhadap Ketaatan Pajak. *Jurnal politeknik Batam*.
- Aryobimo, P. T. (2012). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak tentang Kualitas Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kondisi Keuangan Wajib Pajak dan Preferensi Risiko sebagai Variabel Moderating.
- ASIH, K. A., YUESTI, A., & SUDIARTANA, I. M. (2019). FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI MENGGUNAKAN E-FILING UNTUK PELAPORAN PAJAKNYA DENGAN PEMAHAMAN INTERNET SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Di Wilayah Kabupaten Gianyar).
- Astuti, D. P., Diana, N., & Hariri. (2020). ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PRILAKU WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI DALAM MELAPORKAN SPT MENGGUNAKAN E-FILING WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI KOTA DOMPU.
- Banga, C. L. (2014). Academic Anxiety Among High School Students in Relation to Different Social Categories. *International Multidisciplinary e-Journal*, 73-87.
- Brilianti, N. T. (2020). ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI KOTA BATU DALAM MELAPORKAN SPT TAHUNAN MELALUI E-FLILING :

INTEGRASI TECHNOLOGY ACCEPTABLE MODEL (TAM) DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (TPB).

Carolina, V. (2011). Pengaruh Tax Knowledge dan Persepsi Tax Fairness terhadap Tax compliance Wajib Pajak Badan Yang Terdaftar di KPP Madya Bandung.

Ghani, A. G., & Kusumowati, D. (2020). ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU MINAT WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI DALAM MENGGUNAKAN E-FILING (Studi di Kabupaten Ende).

Hardiningsih, P. (2011). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak. *Dinamika Keuangan dan Perbankan*, 126-143.

Laihad, R. C. (2013). Pengaruh Perilaku Wajib Pajak terhadap Penggunaan Efilling Wajib Pajak di Kota Manado. *EMBA*, 44-51.

Lestari, A., & Kholis, N. (2020). Pengaruh Persepsi Pemahaman Pajak, Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Faktor Sosial dan Kesiapan Teknologi Informasi terhadap Penggunaan E-Filing (Studi pada Wajib Pajak Badan di KPP Pratama Surakarta). *Jurnal Ilmia Akuntansi dan Teknologi*.

Lizkayundari, A., & Kwarto, F. (2018). Pengaruh Persepsi Pemahaman Wajib Pajak, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Penggunaan Sistem E-Filing (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cengkareng). *BALANCE*.

Nurhakim, T. &. (2015). Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Badan. *Jurnal E-Proceeding of Management*, 3426.

Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 23 Tahun 2020 Tentang Insentif Pajak Untuk Wajib Pajak Terdampak Wabah Virus Covid-19.

Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 110 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Keuangan No. 86 Tahun 2020 Tentang Insentif Pajak Untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Disease 2019

Pratama, A. R. (2018). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kecepatan, Norma Subjektif, dan Pemahaman tentang Peraturan Perpajakan Terhadap Penggunaan E-Filing dengan Minat Penggunaan E-Filing Sebagai Variabel Intervening .

Pricilia, M. S. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI UNTUK MINAT MENGGUNAKAN E-FILING (Studi Empiris Pada WP OP yang Terdaftar di KPP Semarang Tengah Satu).

Putra, W. E., Mirdah, A., & Siregar, P. Y. (2020). DETERMINAN FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT WAJIB PAJAK DALAM PENGGUNAAN E-FILING, 173-187.

Ratmi. (2013). Pengaruh tingkat pemahaman Wajib Pajak terhadap tingkat kepatuhan Wajib Pajak PPh orang pribadi (Sstudi pada PT KATAMATA).

Resmi, S. (2009). Peprajakan Teori dan Kasus. Jakarta: Salemba Empat.

Sakti, N. W. (2020). Pemberian Insentif Pajak di Tengah Pandemi : Sudah Efektifkah? *Webinar Hukumonline x OnlinePajak*. onlinepajak.

Sari, N. (2020, Juni 30). *PSBB Transisi di Jakarta Segera Berakhir, Grafik Kasus Covid - 19 Masih Naik Turun*. Retrieved from KOMPAS.com: <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/06/30/11110041/psbb-transisi-di-jakarta-segera-berakhir-grafik-kasus-covid-19-masih-naik>

Syahril, F. (2013). Pengaruh tingkat pemahaman Wajib Pajak dan kualitas pelayanan fiskus terhadap tingkat kepatuhan Wajib Pajak PPh orang pribadi. *Jurnal Akuntansi*.

Sekaran, U. (2006). Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.

Undang - Undang No 28 Tahun 2007

Pipit, Budhi. 2012. Pengujian Teori Planned Behavior dalam Kasus Whistleblowing. Tesis. UNS.

Ulin, N. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Pengguna Instagram Commerce Terhadap Keinginan Bertransaksi Online. Skripsi. Universitas Brawijaya

Rahmawati, Y., & Hakim, L. (2015) Pengaruh Kondisi Ekonomi Orang Tua, Lingkungan Sekolah, Dan Belajar Terhadap Minat Melanjutkan Pendidikan Tinggi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*. Unesa

Setyonugroho, H. (2012) Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kemauan untuk Membayar Pajak pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Surabaya

- Tegalsari. Artikel Ilmiah. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas
- Santoso, T. (2013). PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI, DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK OPERATOR SELULER INDOSAT-M3 DI KECAMATAN PRINGAPUS KAB. SEMARANG. Among Makarti. STIE AMA Salatiga
- Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran 1. Jakarta: Indeks
- Sutrisno, A. (2016). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MAHASISWA MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Salatiga). Skripsi. IAIN Salatiga
- Kautsar Riza Salman. (2008). Pengaruh Lingkungan dan Individu Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Industri Perbankan di Surabaya. Thesis. Universitas Brawijaya
- Park, H. and J. Blenkinsopp. (2009). Whistleblowing as Planned Behavior - A Survey of South Korean Police Officers. *Journal of Business Ethics* 85: 545-556.
- Shaleh, Abdul Rahman & Wahab, Munib Abdul. 2004. Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam. Jakarta: Prenada Media
- Widayati, & Nurlis. (2010). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Untuk Membayar Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Pekerjaan Bebas (Studi Kasus Pada Kpp Pratama Gambir Tiga. Makalah Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto
- Keputusan Menteri Keuangan No. 55/PMK.01/2007 pada tanggal 31 Mei 2007 mengenai Perubahan Peraturan Menteri Keuangan No. 132/PMK.01/2006 tentang Organisasi dan Tata kerja Instansi Vertikal Dirjen Pajak
- Idly Z.D. (2020). ANALISIS PENERAPAN SISTEM E-FILING ATAS PENYAMPAIAN SURAT PEMBERITAHUAN (SPT) TAHUNAN PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA (KPP) MALANG SELATAN. Skripsi. Universitas Brawijaya
- Tallaha, A. M., Shukor, Z. A., & Hassan, N. S. A. (2014). Factors influencing e-filing usage among Malaysian taxpayers: Does tax knowledge matters? *Jurnal Pengurusan*, 40(June), 91–101. <https://doi.org/10.17576/pengurusan-2014-40-08>
- Ghozali, I. (2015). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21



Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Wahyuni, S. (2017). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN DAN BAGI HASIL TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH BANK SYARI'AH. Jurnal. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara





LAMPIRAN



KUESIONER PENELITIAN MINAT WAJIB PAJAK BADAN ATAS INSENTIF PERPAJAKAN DI MASA PANDEMI COVID-19

Kepada responden yang terhormat,

Perkenalkan nama Saya Adham Medyanta dengan NIM 175020307111009 sebagai Mahasiswa S1 Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Saya memohon untuk kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner di bawah ini dengan jawaban yang paling sesuai dengan Anda. Informasi yang akan Saya dapatkan akan digunakan sebagai data penelitian untuk menyelesaikan skripsi Saya dengan judul "MINAT WAJIB PAJAK BADAN ATAS INSENTIF PERPAJAKAN DI MASA PANDEMI COVID-19". Hasil kuesioner ini bersifat rahasia serta untuk keperluan penelitian semata. Atas waktu dan ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, Saya ucapkan terima kasih

Hormat Saya,

Adham Medyanta

CP : 082245744121

I. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Bapak/Ibu/Saudara/i dapat memilih satu jawaban yang paling sesuai dengan Anda

2. Pilihan pada kuesioner sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

3. Bapak/Ibu/Saudara/i diharuskan menjawab seluruh pernyataan dalam kuesioner ini



KUESIONER

1. IDENTITAS

- a. Nama Entitas :
- b. Posisi / Jabatan :
- c. Usia :
 - < 25 tahun
 - 25-35 tahun
 - 36-45 tahun
 - > 45 tahun
- d. Jenis Kelamin :
 - Laki – Laki
 - Perempuan

- e. Bidang Usaha :
 - Pertanian
 - Konstruksi
 - Hotel /
Penginapan
 - Perkebunan
 - Instalasi
 - Wisata
 - Pembibitan dan Budidaya
 - Pertambangan
 - Lainnya.....
 - Jasa
 - Industri
 - Restoran
 - Perdagangan
 - Pengusahaan
 - Angkutan

- f. Apakah sudah menggunakan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP?
 - Sudah
 - Belum

- g. Jenis insentif pajak di masa pandemi yang digunakan :
 - Insentif PPh Pasal 21 DTP
 - Insentif pengurangan angsuran PPh Pasal 25
 - Insentif PPh final UMKM DTP
 - Insentif Pembebasan PPh Pasal 22 Impor
 - Insentif relaksasi restitusi PPN
 - Lainnya.....

2. PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN

Persepsi kualitas pelayanan ialah persepsi yang dimiliki individu terhadap kualitas secara keseluruhan terutama kualitas layanan yang diharapkan.

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Entitas kami merasa pengajuan permohonan untuk memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP tidak rumit.					
2.	Entitas kami mudah untuk mempelajari ketentuan dalam memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP.					
3.	Entitas kami tidak mengalami kesalahan – kesalahan dalam menjalankan prosedur dalam memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP.					
4.	Entitas kami percaya pelayanan dalam memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP minim kendala.					

3. PERSEPSI FAKTOR SOSIAL

Persepsi faktor sosial ialah persepsi yang timbul karena adanya rasa keharusan dalam menggunakan sistem baru akibat terdapatnya pengaruh lingkungan.

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Entitas kami memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP karena dorongan teman, kerabat, dan pemerintah					
2.	Entitas kami terdorong memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP karena informasi yang entitas kami dapatkan jelas adanya					
3.	Entitas kami merasa sosialisasi yang digencarkan pemerintah mampu memotivasi entitas kami untuk					

	memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP					
4.	Entitas kami berminat memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP karena sudah banyak Wajib Pajak yang menggunakan insentif tersebut					

4. PERSEPSI PEMAHAMAN PAJAK

Persepsi pemahaman pajak ialah seberapa mengerti dan paham Wajib Pajak Badan dalam mengetahui segala tentang perpajakan baik peraturan dan ketentuan yang sudah ditetapkan pada saat ini.

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Entitas kami merasa pemahaman pajak yang entitas kami miliki memudahkan entitas kami dalam memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP					
2.	Entitas kami memahami secara umum ketentuan dan peraturan yang ada dalam perpajakan					
3.	Entitas kami bisa menghitung tarif PPh Pasal 21 sesuai KUP yang berlaku					
4.	Entitas kami dapat mengisi dan melaporkan Surat Pemberitahuan Tahunan					
5.	Entitas kami memahami hak dan kewajiban sebagai Wajib Pajak Badan					

5. KONDISI EKONOMI WAJIB PAJAK

Kondisi ekonomi adalah salah satu sumber tekanan bagi Wajib Pajak Badan terutama keadaan finansial sehingga dapat mempengaruhi pengambilan keputusan.

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Entitas kami merasa Insentif pajak PPh Pasal 21 DTP memberikan kontribusi					



	terhadap kondisi ekonomi Wajib Pajak Badan					
2.	Entitas kami memprioritaskan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP selama masa pandemi COVID-19					
3.	Entitas kami percaya kondisi ekonomi negara dapat mempengaruhi kondisi ekonomi Wajib Pajak Badan					
4.	Tekanan keuangan membuat entitas kami harus memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP					
5.	Kondisi ekonomi saat pandemi COVID-19 adalah waktu yang tepat untuk memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP					

6. MINAT WAJIB PAJAK BADAN MEMANFAATKAN INSENTIF PERPAJAKAN DI MASA PANDEMI COVID-19

Minat adalah keinginan dari individu untuk melaksanakan suatu perilaku dan menjadi ukuran kekuatan tujuan seseorang dalam melakukan tindakan yang khusus.

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Apabila prosedur pemanfaatan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP mudah, entitas kami akan berminat untuk memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP					
2.	Entitas kami akan terus memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP selama masih berlaku					
3.	Entitas kami akan merekomendasikan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP kepada kerabat atau entitas yang membutuhkan					
4.	Entitas kami memanfaatkan insentif pajak PPh Pasal 21 DTP untuk					



	mempertahankan kondisi entitas kami								
	di masa pandemi COVID-19								



Persepsi Kualitas Pelayanan (X1)

Responden	Pernyataan				Total	Rata-Rata
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		
1	4	4	3	4	15	3,75
2	5	5	5	4	19	4,75
3	4	4	4	4	16	4,00
4	5	5	5	5	20	5,00
5	4	4	3	4	15	3,75
6	3	3	4	4	14	3,50
7	4	4	4	4	16	4,00
8	5	4	4	4	17	4,25
9	3	4	3	2	12	3,00
10	5	5	1	3	14	3,50
11	4	5	5	3	17	4,25
12	5	4	4	5	18	4,50
13	5	4	5	4	18	4,50
14	5	5	5	5	20	5,00
15	5	5	5	5	20	5,00
16	5	5	5	5	20	5,00
17	5	5	4	4	18	4,50
18	3	3	3	3	12	3,00
19	3	3	4	4	14	3,50
20	4	4	4	4	16	4,00
21	4	4	4	4	16	4,00
22	5	4	4	4	17	4,25
23	5	4	4	4	17	4,25
24	5	5	5	4	19	4,75
25	3	3	3	2	11	2,75



26	4	4	4	4	16	4,00
27	5	5	5	4	19	4,75
28	3	3	3	3	12	3,00
29	5	5	4	5	19	4,75
30	4	4	4	4	16	4,00
31	4	4	4	4	16	4,00
32	4	4	4	4	16	4,00
33	4	4	4	4	16	4,00
34	4	4	4	4	16	4,00
35	4	4	4	4	16	4,00
36	4	3	3	4	14	3,50
37	4	4	4	4	16	4,00
38	4	4	4	4	16	4,00
39	3	3	4	3	13	3,25
40	5	5	5	4	19	4,75
41	3	3	4	4	14	3,50
42	4	3	3	3	13	3,25
43	4	3	4	3	14	3,50
44	4	4	4	4	16	4,00
45	4	4	4	4	16	4,00
46	4	4	4	4	16	4,00
47	3	3	3	3	12	3,00
48	4	4	4	4	16	4,00
49	4	4	3	3	14	3,50
50	3	3	3	3	12	3,00
51	4	4	4	4	16	4,00
52	4	4	3	4	15	3,75
53	3	3	3	3	12	3,00



54	4	4	4	4	16	4,00
55	4	3	3	3	13	3,25
56	4	4	4	4	16	4,00
57	4	4	4	4	16	4,00
58	4	4	4	4	16	4,00
59	4	4	4	4	16	4,00
60	5	4	4	3	16	4,00
61	4	3	3	4	14	3,50
62	4	4	4	4	16	4,00
63	4	4	3	3	14	3,50
64	5	4	4	5	18	4,50
65	4	4	4	4	16	4,00
66	4	4	3	3	14	3,50
67	5	5	4	5	19	4,75
68	4	4	4	4	16	4,00
69	3	3	3	3	12	3,00
70	3	3	3	3	12	3,00
Rata - Rata	4,09	3,94	3,83	3,81		



Persepsi Faktor Sosial (X2)

Responden	Pernyataan				Total	Rata-Rata
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		
1	4	4	3	4	15	3,75
2	3	4	5	3	15	3,75
3	2	5	5	2	14	3,50
4	1	5	5	5	16	4,00
5	4	4	4	4	16	4,00
6	4	4	3	4	15	3,75
7	4	2	2	5	13	3,25
8	4	4	4	4	16	4,00
9	5	5	3	4	17	4,25
10	5	5	3	5	18	4,50
11	1	5	4	4	14	3,50
12	5	5	5	5	20	5,00
13	5	5	5	5	20	5,00
14	4	5	4	5	18	4,50
15	5	5	4	5	19	4,75
16	5	5	5	5	20	5,00
17	5	5	4	5	19	4,75
18	5	5	4	5	19	4,75
19	5	4	4	4	17	4,25
20	4	4	3	4	15	3,75
21	4	4	3	4	15	3,75
22	5	4	4	4	17	4,25
23	4	5	4	5	18	4,50
24	5	5	5	5	20	5,00
25	2	4	4	4	14	3,50



26	4	4	3	4	15	3,75
27	5	5	5	4	19	4,75
28	3	5	3	3	14	3,50
29	5	5	5	5	20	5,00
30	4	4	4	4	16	4,00
31	4	4	5	4	17	4,25
32	4	4	4	4	16	4,00
33	4	4	4	4	16	4,00
34	4	4	4	4	16	4,00
35	4	4	4	4	16	4,00
36	3	4	4	3	14	3,50
37	4	4	3	3	14	3,50
38	4	4	4	4	16	4,00
39	3	3	3	3	12	3,00
40	4	5	4	4	17	4,25
41	3	4	4	3	14	3,50
42	2	4	4	4	14	3,50
43	4	4	2	4	14	3,50
44	3	4	4	3	14	3,50
45	3	4	4	3	14	3,50
46	3	4	4	3	14	3,50
47	3	3	3	3	12	3,00
48	4	4	4	4	16	4,00
49	4	4	4	5	17	4,25
50	3	3	3	3	12	3,00
51	4	4	4	4	16	4,00
52	5	5	5	4	19	4,75
53	3	3	3	3	12	3,00



54	4	3	4	4	15	3,75
55	2	4	4	4	14	3,50
56	4	4	4	4	16	4,00
57	4	4	4	4	16	4,00
58	4	4	4	4	16	4,00
59	4	4	4	2	14	3,50
60	3	4	4	3	14	3,50
61	3	4	4	4	15	3,75
62	4	4	4	4	16	4,00
63	3	4	3	3	13	3,25
64	5	5	4	4	18	4,50
65	4	4	4	4	16	4,00
66	4	4	4	4	16	4,00
67	5	5	5	5	20	5,00
68	4	4	4	4	16	4,00
69	3	3	3	3	12	3,00
70	3	3	3	3	12	3,00
Rata-Rata	3,80	4,17	3,89	3,93		

Persepsi Pemahaman Pajak (X3)

Responden	Pernyataan					Total	Rata-Rata
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5		
1	4	4	4	4	4	20	4,00
2	5	4	5	5	5	24	4,80
3	5	5	5	5	5	25	5,00
4	5	5	5	5	5	25	5,00
5	4	5	5	5	5	24	4,80
6	4	5	5	5	5	24	4,80
7	4	4	5	5	5	23	4,60
8	4	5	5	5	4	23	4,60
9	5	4	5	3	4	21	4,20
10	1	1	5	1	5	13	2,60
11	4	4	4	4	4	20	4,00
12	5	5	5	4	5	24	4,80
13	4	4	5	5	5	23	4,60
14	5	5	5	5	5	25	5,00
15	5	5	5	5	5	25	5,00
16	5	5	5	5	5	25	5,00
17	5	5	5	5	5	25	5,00
18	5	5	5	5	5	25	5,00
19	4	5	5	5	5	24	4,80
20	4	4	4	4	3	19	3,80
21	4	5	5	5	5	24	4,80
22	4	4	5	5	5	23	4,60
23	4	5	5	5	5	24	4,80
24	5	5	5	5	5	25	5,00
25	4	4	4	4	4	20	4,00



26	4	4	4	4	4	20	4,00
27	5	4	4	5	5	23	4,60
28	3	3	3	4	3	16	3,20
29	5	5	5	5	5	25	5,00
30	3	3	4	4	4	18	3,60
31	4	4	4	4	4	20	4,00
32	4	4	4	4	4	20	4,00
33	4	4	4	4	4	20	4,00
34	4	4	4	4	4	20	4,00
35	4	4	4	4	4	20	4,00
36	5	4	4	5	5	23	4,60
37	3	4	4	5	4	20	4,00
38	4	4	4	4	4	20	4,00
39	3	3	3	4	4	17	3,40
40	5	5	5	5	5	25	5,00
41	3	3	3	3	4	16	3,20
42	3	4	4	4	4	19	3,80
43	4	4	4	4	5	21	4,20
44	5	4	5	5	5	24	4,80
45	5	4	5	5	5	24	4,80
46	5	4	5	5	5	24	4,80
47	4	3	3	3	3	16	3,20
48	4	4	4	4	4	20	4,00
49	4	4	5	4	4	21	4,20
50	3	4	4	4	4	19	3,80
51	4	5	5	4	5	23	4,60
52	4	4	5	5	4	22	4,40
53	3	3	3	3	3	15	3,00

54	4	4	4	4	5	21	4,20
55	3	3	3	4	4	17	3,40
56	4	4	4	4	4	20	4,00
57	4	4	5	5	4	22	4,40
58	4	4	4	4	4	20	4,00
59	4	4	4	4	4	20	4,00
60	4	4	4	4	4	20	4,00
61	3	4	5	5	5	22	4,40
62	4	2	4	4	4	18	3,60
63	4	3	3	3	3	16	3,20
64	5	4	5	5	5	24	4,80
65	4	4	4	4	4	20	4,00
66	4	5	4	4	4	21	4,20
67	5	5	5	5	5	25	5,00
68	4	2	4	4	4	18	3,60
69	3	3	3	3	3	15	3,00
70	3	3	3	3	3	15	3,00
Rata-Rata	4,07	4,04	4,34	4,30	4,36		

Kondisi Ekonomi Wajib Pajak (X4)

Responden	Pernyataan					Total	Rata-Rata
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5		
1	4	4	4	3	4	19	3,80
2	5	5	4	4	5	23	4,60
3	4	5	4	2	5	20	4,00
4	5	5	5	5	5	25	5,00
5	4	4	4	4	4	20	4,00
6	4	4	5	5	5	23	4,60
7	2	4	4	5	4	19	3,80
8	5	5	4	4	4	22	4,40
9	4	5	5	5	2	21	4,20
10	5	5	5	5	5	25	5,00
11	3	4	5	5	5	22	4,40
12	4	4	5	5	5	23	4,60
13	5	5	5	5	5	25	5,00
14	5	5	5	5	5	25	5,00
15	5	5	5	5	5	25	5,00
16	5	5	5	5	5	25	5,00
17	5	5	5	4	5	24	4,80
18	4	5	5	5	5	24	4,80
19	4	3	5	4	5	21	4,20
20	3	4	5	4	4	20	4,00
21	4	4	4	3	4	19	3,80
22	5	5	5	5	5	25	5,00
23	4	5	5	4	5	23	4,60
24	5	5	5	4	4	23	4,60
25	5	4	4	4	4	21	4,20



26	4	4	4	4	4	20	4,00
27	5	5	5	4	5	24	4,80
28	3	4	4	3	5	19	3,80
29	5	5	5	5	5	25	5,00
30	5	5	5	5	5	25	5,00
31	5	4	5	5	5	24	4,80
32	4	4	4	4	4	20	4,00
33	4	4	5	4	4	21	4,20
34	4	4	5	4	4	21	4,20
35	4	4	5	4	4	21	4,20
36	4	4	4	2	4	18	3,60
37	4	4	4	4	4	20	4,00
38	5	4	5	4	4	22	4,40
39	4	4	4	4	4	20	4,00
40	5	5	4	4	5	23	4,60
41	4	3	4	3	3	17	3,40
42	4	4	4	4	3	19	3,80
43	5	5	5	5	5	25	5,00
44	4	4	3	3	4	18	3,60
45	4	4	3	3	4	18	3,60
46	4	4	3	3	4	18	3,60
47	3	3	3	3	3	15	3,00
48	4	4	4	4	4	20	4,00
49	4	4	4	4	4	20	4,00
50	4	4	4	4	4	20	4,00
51	5	4	5	4	4	22	4,40
52	4	5	5	4	4	22	4,40
53	3	3	3	3	3	15	3,00

54	4	5	4	5	4	22	4,40
55	4	4	4	4	5	21	4,20
56	5	5	5	4	5	24	4,80
57	4	4	4	4	4	20	4,00
58	4	4	4	4	4	20	4,00
59	4	4	4	4	4	20	4,00
60	3	3	4	4	3	17	3,40
61	5	5	4	3	4	21	4,20
62	4	5	4	5	5	23	4,60
63	3	3	3	2	3	14	2,80
64	4	5	5	4	4	22	4,40
65	4	4	5	4	4	21	4,20
66	4	4	5	4	4	21	4,20
67	5	5	5	5	5	25	5,00
68	4	5	4	5	5	23	4,60
69	4	4	4	4	4	20	4,00
70	4	4	4	4	4	20	4,00
Rata-Rata	4,20	4,31	4,39	4,07	4,29		

Minat Wajib Pajak Badan Memanfaatkan Insentif Perpajakan di Masa Pandemi COVID-19

Responden	Pernyataan				Total	Rata-Rata
	Y1	Y2	Y3	Y4		
1	4	4	4	4	16	4,00
2	5	5	5	5	20	5,00
3	4	5	5	2	16	4,00
4	5	5	5	5	20	5,00
5	4	4	4	4	16	4,00
6	5	5	5	5	20	5,00
7	5	4	4	3	16	4,00
8	4	4	5	4	17	4,25
9	5	5	5	5	20	5,00
10	5	5	5	5	20	5,00
11	5	5	4	5	19	4,75
12	5	5	5	5	20	5,00
13	5	5	5	5	20	5,00
14	5	5	5	5	20	5,00
15	5	5	5	5	20	5,00
16	5	5	5	5	20	5,00
17	5	5	5	5	20	5,00
18	5	4	2	4	15	3,75
19	4	5	5	5	19	4,75
20	4	4	5	4	17	4,25
21	5	4	4	4	17	4,25
22	5	5	5	5	20	5,00
23	5	5	5	5	20	5,00
24	5	5	5	5	20	5,00



25	4	4	4	4	16	4,00
26	4	4	4	4	16	4,00
27	5	5	5	5	20	5,00
28	3	5	3	3	14	3,50
29	5	5	5	5	20	5,00
30	5	4	4	5	18	4,50
31	4	5	4	4	17	4,25
32	4	4	4	4	16	4,00
33	4	4	4	4	16	4,00
34	4	4	4	4	16	4,00
35	4	4	4	4	16	4,00
36	4	4	3	3	14	3,50
37	4	4	4	4	16	4,00
38	4	4	4	4	16	4,00
39	4	4	4	4	16	4,00
40	5	5	5	5	20	5,00
41	3	3	4	4	14	3,50
42	4	3	4	4	15	3,75
43	5	3	4	5	17	4,25
44	4	5	5	4	18	4,50
45	4	5	5	4	18	4,50
46	4	5	5	4	18	4,50
47	3	3	3	3	12	3,00
48	4	4	4	4	16	4,00
49	4	4	4	4	16	4,00
50	4	4	4	4	16	4,00
51	4	4	4	4	16	4,00
52	4	4	4	4	16	4,00



53	3	3	3	3	12	3,00
54	4	4	4	4	16	4,00
55	5	4	4	5	18	4,50
56	4	4	4	4	16	4,00
57	4	4	4	4	16	4,00
58	4	4	4	4	16	4,00
59	4	4	5	4	17	4,25
60	4	4	4	4	16	4,00
61	4	5	4	4	17	4,25
62	5	5	4	4	18	4,50
63	3	3	3	3	12	3,00
64	5	5	5	4	19	4,75
65	4	4	4	4	16	4,00
66	4	4	4	4	16	4,00
67	5	5	5	5	20	5,00
68	5	5	4	4	18	4,50
69	3	3	3	3	12	3,00
70	3	3	3	3	12	3,00
Rata-Rata	4,30	4,31	4,26	4,19		

Tabulasi Seluruh Variabel Penelitian

Responden	X1	X2	X3	X4	Y
1	3,75	3,75	4,00	3,80	4,00
2	4,75	3,75	4,80	4,60	5,00
3	4,00	3,50	5,00	4,00	4,00
4	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00
5	3,75	4,00	4,80	4,00	4,00
6	3,50	3,75	4,80	4,60	5,00
7	4,00	3,25	4,60	3,80	4,00
8	4,25	4,00	4,60	4,40	4,25
9	3,00	4,25	4,20	4,20	5,00
10	3,50	4,50	2,60	5,00	5,00
11	4,25	3,50	4,00	4,40	4,75
12	4,50	5,00	4,80	4,60	5,00
13	4,50	5,00	4,60	5,00	5,00
14	5,00	4,50	5,00	5,00	5,00
15	5,00	4,75	5,00	5,00	5,00
16	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
17	4,50	4,75	5,00	4,80	5,00
18	3,00	4,75	5,00	4,80	3,75
19	3,50	4,25	4,80	4,20	4,75
20	4,00	3,75	3,80	4,00	4,25
21	4,00	3,75	4,80	3,80	4,25
22	4,25	4,25	4,60	5,00	5,00
23	4,25	4,50	4,80	4,60	5,00
24	4,75	5,00	5,00	4,60	5,00
25	2,75	3,50	4,00	4,20	4,00



26	4,00	3,75	4,00	4,00	4,00
27	4,75	4,75	4,60	4,80	5,00
28	3,00	3,50	3,20	3,80	3,50
29	4,75	5,00	5,00	5,00	5,00
30	4,00	4,00	3,60	5,00	4,50
31	4,00	4,25	4,00	4,80	4,25
32	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
33	4,00	4,00	4,00	4,20	4,00
34	4,00	4,00	4,00	4,20	4,00
35	4,00	4,00	4,00	4,20	4,00
36	3,50	3,50	4,60	3,60	3,50
37	4,00	3,50	4,00	4,00	4,00
38	4,00	4,00	4,00	4,40	4,00
39	3,25	3,00	3,40	4,00	4,00
40	4,75	4,25	5,00	4,60	5,00
41	3,50	3,50	3,20	3,40	3,50
42	3,25	3,50	3,80	3,80	3,75
43	3,50	3,50	4,20	5,00	4,25
44	4,00	3,50	4,80	3,60	4,50
45	4,00	3,50	4,80	3,60	4,50
46	4,00	3,50	4,80	3,60	4,50
47	3,00	3,00	3,20	3,00	3,00
48	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
49	3,50	4,25	4,20	4,00	4,00
50	3,00	3,00	3,80	4,00	4,00
51	4,00	4,00	4,60	4,40	4,00
52	3,75	4,75	4,40	4,40	4,00



53	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
54	4,00	3,75	4,20	4,40	4,00
55	3,25	3,50	3,40	4,20	4,50
56	4,00	4,00	4,00	4,80	4,00
57	4,00	4,00	4,40	4,00	4,00
58	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
59	4,00	3,50	4,00	4,00	4,25
60	4,00	3,50	4,00	3,40	4,00
61	3,50	3,75	4,40	4,20	4,25
62	4,00	4,00	3,60	4,60	4,50
63	3,50	3,25	3,20	2,80	3,00
64	4,50	4,50	4,80	4,40	4,75
65	4,00	4,00	4,00	4,20	4,00
66	3,50	4,00	4,20	4,20	4,00
67	4,75	5,00	5,00	5,00	5,00
68	4,00	4,00	3,60	4,60	4,50
69	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00
70	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00

Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00001	70	2,75	5,00	3,9179	,56582
VAR00002	70	3,00	5,00	3,9464	,55641
VAR00003	70	2,60	5,00	4,2229	,62093
VAR00004	70	2,80	5,00	4,2514	,52716
VAR00005	70	3,00	5,00	4,2643	,57560
Valid N (listwise)	70				



Uji validitas dan Reliabilitas x1

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
X1.1	Pearson Correlation	1	,795**	,476**	,616**	,862**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	70	70	70	70	70
X1.2	Pearson Correlation	,795**	1	,529**	,539**	,855**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	70	70	70	70	70
X1.3	Pearson Correlation	,476**	,529**	1	,596**	,790**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	70	70	70	70	70
X1.4	Pearson Correlation	,616**	,539**	,596**	1	,825**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	70	70	70	70	70
X1.5	Pearson Correlation	,862**	,855**	,790**	,825**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	70	70	70	70	70

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	70	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

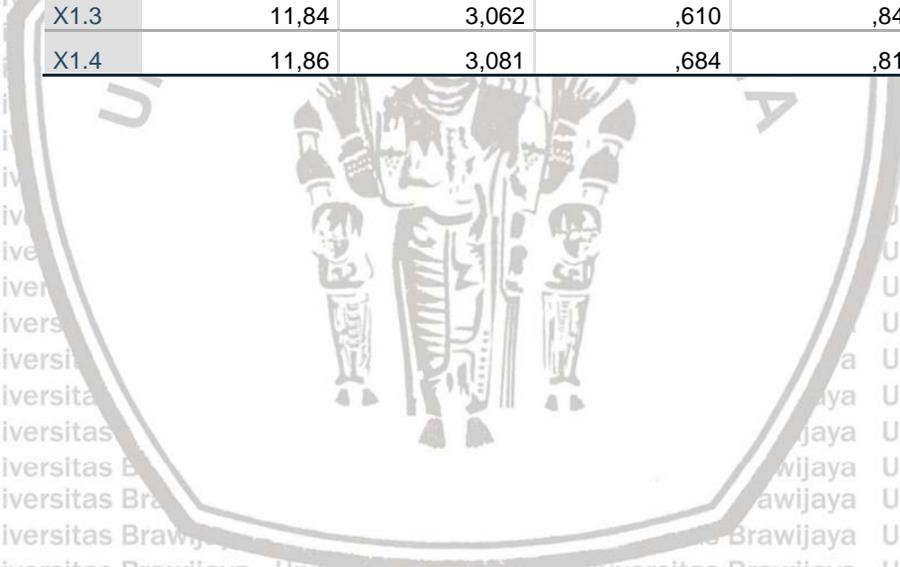


Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,851	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	11,59	2,942	,744	,788
X1.2	11,73	3,012	,736	,793
X1.3	11,84	3,062	,610	,848
X1.4	11,86	3,081	,684	,814



Uji validitas dan Reliabilitas x2

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
X2.1	Pearson Correlation	1	,308**	,136	,506**	,735**
	Sig. (2-tailed)		,009	,262	,000	,000
	N	70	70	70	70	70
X2.2	Pearson Correlation	,308**	1	,567**	,437**	,757**
	Sig. (2-tailed)	,009		,000	,000	,000
	N	70	70	70	70	70
X2.3	Pearson Correlation	,136	,567**	1	,256*	,633**
	Sig. (2-tailed)	,262	,000		,032	,000
	N	70	70	70	70	70
X2.4	Pearson Correlation	,506**	,437**	,256*	1	,765**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,032		,000
	N	70	70	70	70	70
X2.5	Pearson Correlation	,735**	,757**	,633**	,765**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	70	70	70	70	70

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	70	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,682	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	11,99	2,739	,410	,677
X2.2	11,61	3,168	,576	,560
X2.3	11,90	3,454	,374	,670
X2.4	11,86	2,965	,554	,560



Uji validitas dan Reliabilitas x3

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
X3.1	Pearson Correlation	1	,660**	,521**	,652**	,492**	,805**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	70	70	70	70	70	70
X3.2	Pearson Correlation	,660**	1	,603**	,712**	,531**	,853**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	70	70	70	70	70	70
X3.3	Pearson Correlation	,521**	,603**	1	,615**	,798**	,836**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	70	70	70	70	70	70
X3.4	Pearson Correlation	,652**	,712**	,615**	1	,615**	,867**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	70	70	70	70	70	70
X3.5	Pearson Correlation	,492**	,531**	,798**	,615**	1	,807**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	70	70	70	70	70	70
X3.6	Pearson Correlation	,805**	,853**	,836**	,867**	,807**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	70	70	70	70	70	70

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	70	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,889	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	17,04	6,389	,686	,875
X3.2	17,07	5,951	,748	,862
X3.3	16,77	6,498	,743	,863
X3.4	16,81	6,095	,779	,854
X3.5	16,76	6,766	,710	,871



Uji validitas dan Reliabilitas x4

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
X3.1	Pearson Correlation	1	,640**	,455**	,329**	,473**	,739**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,005	,000	,000
	N	70	70	70	70	70	70
X3.2	Pearson Correlation	,640**	1	,486**	,483**	,565**	,810**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	70	70	70	70	70	70
X3.3	Pearson Correlation	,455**	,486**	1	,632**	,470**	,786**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	70	70	70	70	70	70
X3.4	Pearson Correlation	,329**	,483**	,632**	1	,447**	,767**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000		,000	,000
	N	70	70	70	70	70	70
X3.5	Pearson Correlation	,473**	,565**	,470**	,447**	1	,762**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	70	70	70	70	70	70
X3.6	Pearson Correlation	,739**	,810**	,786**	,767**	,762**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	70	70	70	70	70	70

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	70	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.



Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,828	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	17,06	4,779	,584	,805
X3.2	16,94	4,663	,699	,775
X3.3	16,87	4,693	,660	,785
X3.4	17,19	4,385	,590	,808
X3.5	16,97	4,666	,614	,797



Uji validitas dan Reliabilitas Y

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Y1	Pearson Correlation	1	,650**	,569**	,755**	,867**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	70	70	70	70	70
Y2	Pearson Correlation	,650**	1	,694**	,531**	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	70	70	70	70	70
Y3	Pearson Correlation	,569**	,694**	1	,626**	,851**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	70	70	70	70	70
Y4	Pearson Correlation	,755**	,531**	,626**	1	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	70	70	70	70	70
Y5	Pearson Correlation	,867**	,842**	,851**	,854**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	70	70	70	70	70

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	70	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,875	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	12,76	3,143	,762	,829
Y2	12,74	3,150	,714	,847
Y3	12,80	3,061	,722	,844
Y4	12,87	3,070	,730	,840



UJI NORMALITAS

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X3, X1, X2 ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Y
- b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,834 ^a	,696	,677	,32706

- a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2
- b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15,908	4	3,977	37,180	,000 ^b
	Residual	6,953	65	,107		
	Total	22,861	69			

- a. Dependent Variable: Y
- b. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

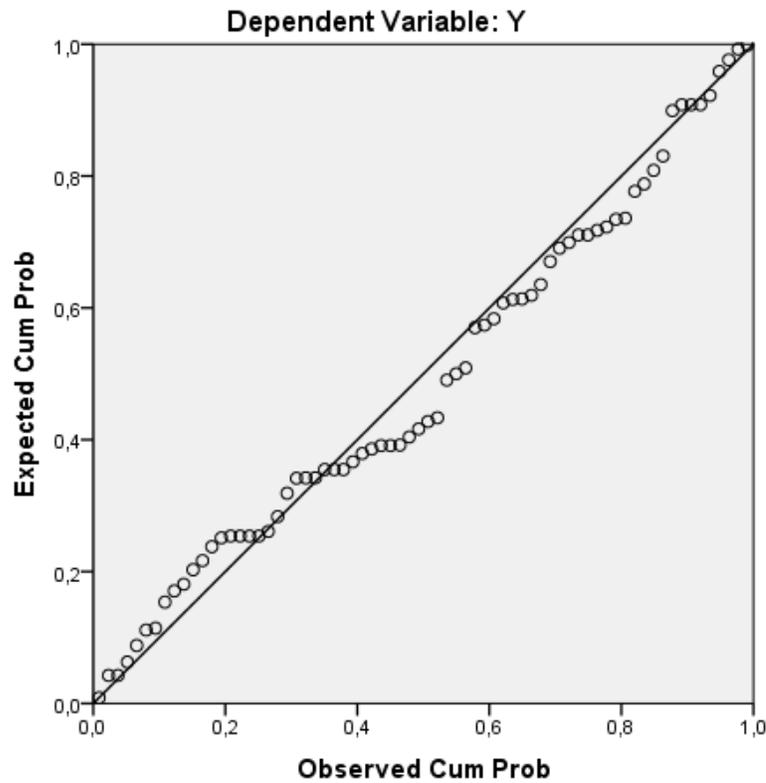


Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,007	,355		-,019	,985		
	X1	,255	,102	,250	2,486	,015	,462	2,166
	X2	,085	,116	,082	,730	,468	,370	2,702
	X3	,219	,087	,236	2,526	,014	,535	1,869
	X4	,474	,110	,434	4,322	,000	,465	2,153

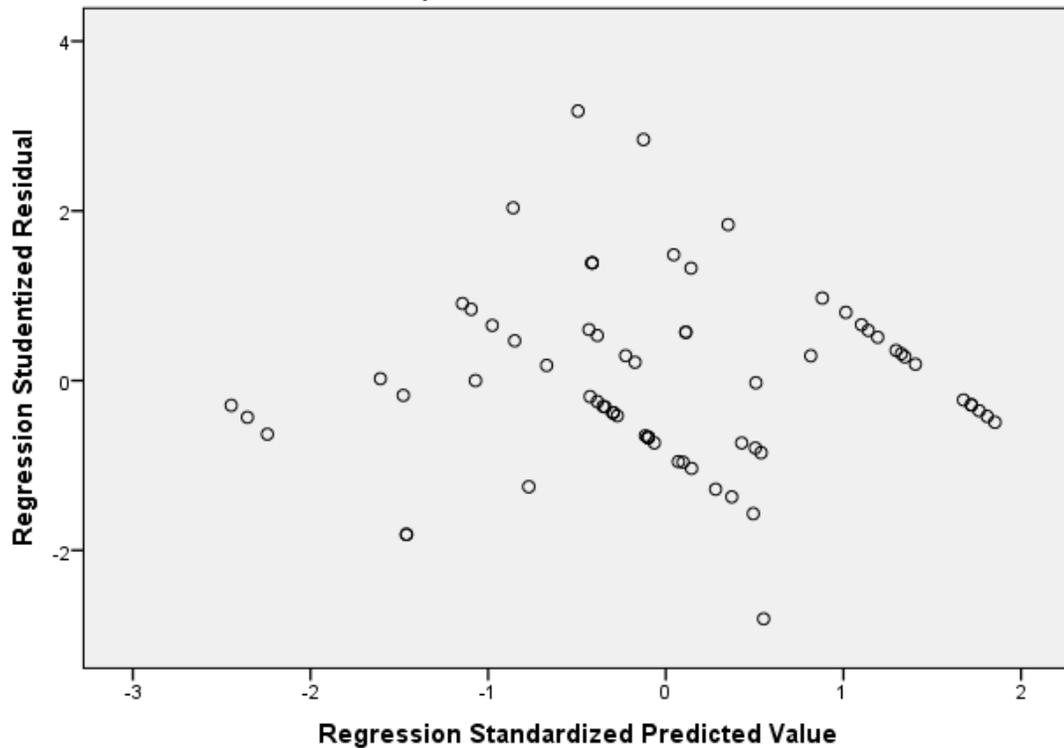
a. Dependent Variable: Y

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot

Dependent Variable: Y



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,31743457
Most Extreme Differences	Absolute	,097
	Positive	,097
	Negative	-,060
Test Statistic		,097
Asymp. Sig. (2-tailed)		,099 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



