

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran Obyek Penelitian

Youtube merupakan perusahaan yang konten buatan pengguna yang menyelenggarakan ribuan film pendek, episode televisi, dan ratusan film layar lebar yang mengalirkan lebih dari dua miliar video setiap hari.<sup>1</sup> YouTube didirikan pada Februari 2005 oleh mantan karyawan PayPal Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim di San Bruno, California. Salah satu layanan Google memungkinkan pengguna untuk memuat, menonton, dan berbagi klip video dari seluruh dunia secara gratis. Youtube termasuk database video yang paling beragam dan lengkap. Youtube merupakan hasil akuisisi dari Google yang kemudian digabungkan dengan layanan – layanan Google yang lain.<sup>2</sup>

Youtube telah menjadi salah satu website terpopuler di dunia, dan menempati ke-10 website terpopuler di dunia maya hanya setahun setelah diluncurkan. Menurut data pada laman *Hootsuite We Are Sosial Indonesian Digital Report* pada tahun 2021, Youtube berhasil menduduki peringkat pertama sosial media di Indonesia yang paling banyak diakses dalam kategori *Most – Used Social Media Platforms* yakni sebesar 93,8% yang kemudian disusul dengan whatsapp dan instagram diurutan kedua dan ketiga.<sup>3</sup>

Youtube begitu diminati di berbagai wilayah Indonesia, salah satunya wilayah Jawa Tengah. Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi dimana penduduknya sangat minat terhadap sosial media. Dilansir dari data hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2020 Jawa Tengah menduduki posisi ke 2 sebagai pengguna internet terbanyak sepulau Jawa setelah Jawa Barat yaitu 26,5 juta jiwa. Diantaranya sebesar 51,5% sebagai pengguna sosial media termasuk youtube.

---

<sup>1</sup> Muhammad Fadhil, “Pengaruh Motif Mengakses Channel Youtube Kelas Pagi Terhadap Kepuasan Menonton Komunitas Instameet Pekanbaru,” *JOM FISIP* 6, no. 1 (2019): 1–12.

<sup>2</sup> Fatty Faiqah, Muh Nadjib, and Andi Subhan Amir, “Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram,” *Contemporary Buddhism* 5, no. 2 (2017): 259–72, <https://doi.org/10.1080/14639947.2015.1006801>.

<sup>3</sup> We Are Social, “Digital 2021.”

Hal ini membuktikan bahwa youtube masih menjadi *platform* sosial media yang menarik di Jawa Tengah.<sup>4</sup>

Perkembangan youtube yang begitu pesat membuat youtube memiliki banyak peminat yang dapat dimanfaatkan oleh beberapa pihak untuk periklanan dan menuangkan kreativitas sehingga dijadikan sebagai lapangan pekerjaan baru guna mendapat keuntungan dan pendapatan yang dapat menjanjikan. Salah satu pekerjaan baru tersebut adalah *youtubers*. *Youtubers* menjadi profesi dadakan yang banyak diminati orang. Selain karena fleksibelnya, *youtubers* juga memberikan pendapatan yang menjanjikan. *Youtubers* merupakan seseorang yang melakukan pengunggahan, pemroduksian dan orang yang tampil di video (Youtube). Motivasi setiap orang berbeda – beda untuk menjadi seorang *Youtubers*.<sup>5</sup>

Pendapatan youtuber umumnya berasal dari *adsense*. Pendapatan *adsense* merupakan penghasilan yang diperoleh *youtubers* dari pihak Google karena adanya persetujuan kontrak setelah *youtubers* mengajukannya pada google *adsense*. Penghasilan youtuber dapat didapatkan melalui iklan, jumlah penonton atau *viewers*, *endorsement*, penjualan produk atau jasa sendiri serta penggabungan dari pendapatan – pendapatan tersebut.<sup>6</sup>

*Youtubers* dapat menghasilkan pendapatan apabila akun Youtube sudah *monetize*. Artinya, akun Youtube tersebut harus memenuhi syarat – syarat yang telah ditentukan oleh *adsense*. Untuk memonetisasi konten di YouTube, dibutuhkan batasan usia minimal 18 tahun. Apabila ada yang masih di bawah 18 tahun dan sudah mendapatkan penghasilan, maka itu menggunakan akun dan data orang tua.<sup>7</sup> Ketentuan lainnya tercantum dalam aturan yang ditetapkan oleh *Youtube Partner Program* (YPP). Jika video di saluran *Youtube* telah ditonton

---

<sup>4</sup> Bayu, “Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Capai 196,7 Juta.” Diakses pada 23 Desember 2021.

<sup>5</sup> Jefferly Helianthusonfri, *Yuk Jadi Youtuber* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018).

<sup>6</sup> Lestari, Nurmantu, and Vikaliana, “Analisis Pelaksanaan Pengawasan Pengenaan Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Youtubers Pada Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2018.”

<sup>7</sup> Su Rahman, *Buku Pintar Monetisasi Youtube* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2021), [https://www.google.co.id/books/edition/Buku\\_Pintar\\_Monetisasi\\_YouTube/z3BMEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=buku+pintar+monetisasi+youtube&pg=PR3&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Pintar_Monetisasi_YouTube/z3BMEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=buku+pintar+monetisasi+youtube&pg=PR3&printsec=frontcover).

selama 4000 jam dalam setahun terakhir dan memiliki setidaknya 1000 pelanggan atau pengikut, itu telah dimonetisasi. Pendapatan kemudian dihitung menggunakan pendapatan per 1000 tayangan (jumlah iklan yang ditonton) atau sistem *Cost Per Mille* (CPM). Jumlah CPM mungkin berbeda tergantung di mana YouTuber berada. Di Indonesia, rata-rata CPM adalah \$0,5 atau lebih per 1000 tampilan.<sup>8</sup>

## 2. Deskripsi Data Penelitian

### a. Deskripsi Responden

Penelitian merupakan kuantitatif dimana data yang dihasilkan berbentuk angka. Data penelitian ini dikumpulkan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah *youtubers* di Jawa Tengah dan data yang diperoleh dalam penelitian ini dikumpulkan secara online. Hal tersebut dimaksudkan agar data dapat diperoleh dengan lebih efektif dan efisien mengingat *youtubers* yang tidak selalu berada di tempat dikarenakan pekerjaan yang fleksibel. Banyaknya sampel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu 96 responden dengan karakteristik jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, asal kab/kota, serta jumlah *subscribers*. Hasil yang didapatkan sebagai berikut:

#### a) Jenis Kelamin

**Tabel 4. 1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – Laki	66	69%
Perempuan	30	31%
Total	96	100%

*Sumber: Hasil Olah Data SPSS Statistic 25, 2022*

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, penelitian dengan total 96 responden jika dilihat dari segi jenis kelamin secara keseluruhan menunjukkan bahwa sebanyak 66 responden laki-laki dengan tingkat persentase 69%. Sedangkan sebanyak 30 responden perempuan dengan tingkat persentase sebesar 31%.

---

<sup>8</sup> Alfi Nur'aini, "Monetisasi Youtube Perspektif Tafsir Maqashidi," *Jurnal Penelitian Agama* 22, no. 1 (2021): 65–86, <https://doi.org/10.24090/jpa.v22i1.2021.pp65-86>.

b) Usia

**Tabel 4. 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persentase
< 25 tahun	24	25%
25–35 tahun	45	47%
36-45 Tahun	21	22%
>45 tahun	6	6%
Total	96	100%

*Sumber: Hasil Olah Data SPSS Statistic 25, 2022*

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, memberikan gambaran bahwa dari 96 responden apabila dilihat dari segi tingkatan usia menunjukkan responden dengan usia 25-35 tahun adalah responden terbanyak dengan persentase 47%, disusul dengan usia kurang dari 25 tahun 25%, usia 36-45 tahun 22% dan yang terakhir usia lebih dari 45 tahun sebanyak 6%.

c) Pendidikan Terakhir

**Tabel 4. 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SD	2	2%
SLTP	7	7%
SLTA	39	41%
Diploma/S1/S2/S3	48	50%
Total	96	100%

*Sumber: Hasil Olah Data SPSS Statistic 25, 2022*

Berdasar pada tabel 4.3 di atas, menunjukkan bahwa 96 responden berasal dari berbagai macam tingkatan pendidikan terakhir. Terlihat responden paling banyak berasal dari tingkat pendidikan Diploma/S1/S2/S3 sebanyak 48 responden dengan persentase 50%, disusul dengan tingkat pendidikan SLTA sebanyak 39 responden dengan persentase 41%, tingkat pendidikan SLTP sebanyak 7 responden dengan persentase 7% dan tingkat pendidikan SD sebanyak 2 responden dengan persentase 2%. Jadi responden paling banyak yaitu responden yang berasal dari latar belakang Diploma/S1/S2/S3 dengan tingkat persentase 50%.

d) Asal Kota

**Tabel 4. 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Asal**  
**Kab/Kota**

No	Asal Kab/Kota	Jumlah	Persentase
1	Banyumas	3	3%
2	Blora	6	6%
3	Brebes	7	7%
4	Cilacap	3	3%
5	Demak	4	4%
6	Jepara	2	2%
7	Kebumen	9	10%
8	Kendal	4	4%
9	Klaten	3	3%
10	Kudus	11	12%
11	Magelang	4	4%
12	Pati	5	5%
13	Pekalongan	4	4%
14	Purworejo	1	1%
15	Rembang	4	4%
16	Semarang	8	9%
17	Solo	10	11%
18	Sragen	3	3%
19	Wonogiri	3	3%
20	Wonosobo	2	2%
Total		96	100%

*Sumber: Hasil Olah Data SPSS Statistic 25, 2022*

Berdasar pada tabel 4.4 di atas, menunjukkan bahwa 96 responden pada penelitian ini berasal dari berbagai daerah di Jawa Tengah. Dari 29 kabupaten dan 6 kota yang terdapat di provinsi Jawa Tengah<sup>9</sup>, penyebaran kuesioner serta responden yang masuk mencakup 20 kabupaten/kota. Hal ini berarti ada 15 kabupaten/kota yang tidak mendapatkan responden.

Tabel di atas menunjukkan jumlah responden dengan persentase tertinggi yaitu >10% berasal dari Kudus (12%) dengan 11 responden, Solo (11%) dengan

<sup>9</sup> “Jumlah Kabupaten/Kota Di Provinsi Jawa Tengah,” Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, 2022, <https://jateng.bps.go.id/indicator/101/457/1/jumlah-kecamatan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah.html>.

10 responden, dan Kebumen (10%) dengan 9 responden. Untuk jumlah responden dengan persentase 5-10% berasal dari Semarang (9%) dengan 8 responden, Brebes (7%) dengan 7 responden, Blora (6%) dengan 6 responden, dan Pati (5%) dengan 5 responden. Sedangkan jumlah responden terendah dengan persentase <10% berasal dari Demak, Kendal, Magelang, Pekalongan, Rembang (4%) dengan 4 reponden, Banyumas, Cilacap, Klaten, Sragen, Wonogiri (3%) dengan 3 reponden, Jepara dan Wonosobo (2%) dengan 2 reponden, dan Purworejo (1%) dengan 1 reponden.

e) Jumlah *Subscribers*

**Tabel 4. 5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah *Subscribers***

Subscribers	Jumlah	Persentase
1000-5000	36	38%
5001-10000	12	12%
10001-50000	19	20%
> 50000	29	30%
Total	96	100%

*Sumber: Hasil Olah Data SPSS Statistic 25, 2022*

Berdasar pada tabel 4.5 di atas, penelitian dengan total 96 responden memberikan gambaran bahwa responden berasal dari jumlah subscribers yang beragam. Terlihat responden terbanyak berasal dari jumlah subscribers 1000-5000 sebanyak 36 responden dengan persentase 38%, disusul dengan jumlah subscribers lebih dari 50000 sebanyak 29 responden dengan persentase 30%, jumlah subscribers 10001-50000 sebanyak 19 responden dengan persentase 20%, dan jumlah subscribers 5001-10000 sebanyak 12 responden dengan persentase 12%. Jadi responden terbanyak adalah responden yang jumlah subscribersnya 1000-5000 dengan tingkat persentase 38%.

**b. Deskripsi Angket**

Penelitian ini mengumpulkan data dengan penyebaran angket melalui google form, dengan memberikan skor kepada responden. Menurut hasil jawaban dari setiap responden terkait variabel pengetahuan perpajakan,

modernisasi administrasi pajak, tarif pajak, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan pajak *adsense* yakni sebagai berikut:

**Tabel 4. 6**  
**Deskripsi Tanggapan Responden Berdasarkan Pengetahuan Perpajakan**

No	Item	Jumlah Jawaban Responden					Mean
		STS	TS	RR	S	SS	
1	Saya mengetahui bahwa pajak merupakan iuran yang harus dibayarkan oleh wajib pajak kepada negara.	1	3	9	43	40	4,23
2	Saya mengetahui salah satu fungsi pajak digunakan untuk pembiayaan negara.	1	5	11	38	41	4,18
3	Saya mengetahui bahwa pengetahuan perpajakan dapat diperoleh darimana saja seperti media massa dan media sosial.	1	6	11	45	33	4,07
4	Saya mengetahui bahwa pajak dipungut terhadap pendapatan yang didapat secara <i>online</i> maupun <i>offline</i> .	1	4	12	45	34	4,11
5	Saya mengetahui regulasi terbaru bahwa youtube dikenakan pajak <i>adsense</i> .	2	10	19	45	20	3,74
6	Saya memahami metode sistem perpajakan yang	5	7	17	45	22	3,75

	berlaku pada youtube.						
7	Saya mengetahui peraturan yang berlaku mengenai batas waktu pelaporan pada pajak <i>adsense</i> .	3	9	29	33	22	3.65

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Statistic 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, dapat diketahui distribusi jawaban responden serta nilai rata – rata variabel pengetahuan perpajakan. Dari hasil pengolahan data penelitian diperoleh rata – rata sebesar 3,65 – 4,23 dari jawaban alternatif yang disediakan yaitu satu sampai lima. Artinya, para *youtubers* di Jawa Tengah memahami pengetahuan perpajakan secara umum dengan baik.

Item pernyataan “Saya mengetahui bahwa pajak merupakan iuran yang harus dibayarkan oleh wajib pajak kepada negara” adalah item pernyataan dengan nilai perolehan rata – rata tertinggi yaitu 4,23 dengan 43 responden yang menjawab setuju dan 40 responden menjawab sangat setuju. Item pernyataan “Saya mengetahui peraturan yang berlaku mengenai batas waktu pelaporan pada pajak *adsense*” adalah item pernyataan dengan rata – rata terendah yaitu 3,65 dengan 33 responden menjawab setuju dan 22 responden menjawab sangat setuju. Maka dapat diartikan bahwa para *youtubers* di Jawa Tengah memahami dengan baik mengenai definisi pajak secara umum, namun kurang mengetahui mengenai ketentuan perpajakan dalam pajak *adsense* terutama dalam hal batas waktu pelaporan pajak *adsense*.

**Tabel 4. 7**

**Deskripsi Tanggapan Responden Berdasarkan Modernisasi Administrasi Pajak**

No	Item	Jumlah Jawaban Responden					Mean
		STS	TS	RR	S	SS	
1	Saya mengetahui bahwa sistem administrasi pajak secara elektronik memberikan	1	6	15	35	39	4,09



	kemudahan bagi <i>youtubers</i> .						
2	Saya mengetahui pelaporan serta pembayaran pajak secara <i>online</i> mudah.	0	5	14	43	34	4,10
3	Saya mengetahui pelaporan serta pembayaran pajak secara <i>online</i> cepat.	2	3	18	41	32	4,02
4	Saya mengetahui bahwa modernisasi administrasi pajak memudahkan saya dalam melaporkan formulir pajak selama 24 jam.	2	5	14	50	25	3,95
5	Saya mengetahui bahwa modernisasi administrasi pajak memudahkan saya dalam melaporkan formulir pajak melalui web <a href="https://www.google.com/adsense/start/">https://www.google.com/adsense/start/</a>	4	5	13	51	23	3,88
6	Saya mengetahui modernisasi administrasi pajak dapat membantu saya dalam melakukan proses pelaporan pajak <i>adsense</i> .	2	8	19	45	22	3,80
7	Saya mengetahui main menu <i>learn more it</i> memberikan informasi lebih detail kepada	1	11	25	35	24	3,73

	Youtubers saat mengisi 3,formulir pajak <i>adsense</i> .						
8	Saya mengetahui perbedaan formulir pajak pada pelaporan pajak <i>adsense</i> .	2	16	26	39	13	3,47
9	Saya mengetahui jika terjadi pembaruan formulir pajak, Google selalu memberikan informasi melalui Gmail.	1	9	20	39	27	3,85

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Statistic 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui distribusi jawaban responden serta nilai rata – rata variabel modernisasi administrasi pajak. Dari hasil pengolahan data penelitian diperoleh rata – rata sebesar 3,47 – 4,10 dari jawaban alternative yang disediakan yaitu satu sampai lima. Artinya, para *youtubers* di Jawa Tengah memahami implementasi modernisasi administrasi pajak dengan baik.

Item pernyataan “Saya mengetahui pelaporan serta pembayaran pajak secara *online* mudah” adalah item pernyataan dengan nilai perolehan rata – rata tertinggi yaitu 4,10 dengan 43 responden menjawab setuju dan 34 responden menjawab sangat setuju. Item pernyataan “Saya mengetahui perbedaan formulir pajak pada pelaporan pajak *adsense*” adalah item pernyataan dengan rata – rata terendah yaitu 3,47 dengan 39 responden menjawab setuju dan 13 responden menjawab sangat setuju. Maka dapat diartikan bahwa para *youtubers* di Jawa Tengah setuju jika sistem administrasi pajak dilakukan secara *online* dikarenakan mudah diimplementasikan, namun para *youtubers* di Jawa Tengah kurang memahami jenis formulir pajak yang harus dilaporkan saat pengisian informasi pajak *adsense*.

**Tabel 4. 8**  
**Deskripsi Tanggapan Responden Berdasarkan Tarif Pajak**

No	Item	Jumlah Jawaban Responden					Mean
		STS	TS	RR	S	SS	
1	Saya mengetahui bahwa tarif pajak merupakan dasar pengenaan pajak untuk menentukan jumlah pajak terutang.	2	3	10	46	35	4,14
2	Saya mengetahui tarif pajak <i>adsense</i> yang dikenakan kepada <i>youtubers</i> .	2	8	22	42	22	3,77
3	Saya memahami tarif pajak yang kecil dapat meningkatkan kepatuhan pajak <i>adsense</i> .	0	6	12	45	33	4,09
4	Saya memahami kesulitan dalam perhitungan pajak <i>adsense</i> karena tarif yang beragam yakni 0 – 30%.	4	13	23	37	19	3,56
5	Saya memahami bahwa perbedaan tarif pajak <i>adsense</i> pada youtube memberikan keuntungan bagi <i>youtubers</i> yang dikenakan pajak.	1	7	25	42	21	3,78
6	Saya mengetahui kepemilikan NPWP dapat meringankan beban pajak <i>adsense</i> .	8	22	17	32	17	3,29
7	Saya mengetahui bahwa penetapan	0	6	22	42	26	3,92

tarif pajak <i>adsense</i> tanpa batas minimal penghasilan dapat merugikan <i>youtubers</i> .						
---	--	--	--	--	--	--

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Statistic 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat diketahui distribusi jawaban responden serta nilai rata – rata variabel tarif pajak. Dari hasil pengolahan data penelitian diperoleh rata – rata sebesar 3,29 – 4,14 dari jawaban alternatif yang disediakan yaitu satu sampai lima. Artinya, para *youtubers* di Jawa Tengah memahami definisi serta implementasi tarif pajak dengan cukup baik.

Item pernyataan “Saya mengetahui bahwa tarif pajak merupakan dasar pengenaan pajak untuk menentukan jumlah pajak terutang” adalah item pernyataan dengan nilai perolehan rata – rata tertinggi yaitu 4,14 dengan 46 responden menjawab setuju dan 35 responden menjawab sangat setuju. Item pernyataan “Saya mengetahui kepemilikan NPWP dapat meringankan beban pajak *adsense*” adalah item pernyataan dengan rata – rata terendah yaitu 3,29 dengan 32 responden menjawab setuju dan 17 responden menjawab sangat setuju. Maka dapat diartikan bahwa para *youtubers* di Jawa Tengah telah memahami definisi tarif pajak secara umum, namun para *youtubers* di Jawa Tengah ternyata kurang mengetahui mengenai implementasi tarif pajak terutama bagain kepemilikan NPWP yang dapat meringankan beban pajak *adsense*.

**Tabel 4. 9**  
**Deskripsi Tanggapan Responden Berdasarkan Sanksi Perpajakan**

No	Item	Jumlah Jawaban Responden					Mean
		STS	TS	RR	S	SS	
1	Saya setuju bahwa sanksi pajak sangat diperlukan untuk menciptakan kedisiplinan dalam memenuhi kewajiban perpajakan.	1	5	7	33	50	4,31

2	Saya setuju wajib pajak yang melanggar harus dikenakan sanksi yang tegas sesuai dengan ketentuan yang berlaku.	1	7	10	53	25	3,98
3	Saya mengetahui macam – macam pelanggaran yang dapat dikenakan sanksi perpajakan pada <i>adsense</i> .	3	10	10	47	26	3,86
4	Saya mengetahui sanksi yang dikenakan youtube sebesar 24% dari seluruh jumlah pendapatan.	3	15	25	36	17	3,51
5	Saya mengetahui bahwa <i>youtubers</i> dapat dikenakan sanksi perpajakan jika terlambat dalam pelaporan formulir pajak.	3	3	24	40	26	3,86
6	Saya selalu menghindari perilaku yang mengakibatkan dikenakannya sanksi perpajakan.	0	8	19	42	27	3,92
7	Saya setuju bahwa sanksi perpajakan membuat wajib pajak yang melanggar menjadi jera.	3	3	16	37	37	4,06

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Statistic 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui distribusi jawaban responden serta nilai rata – rata variabel sanksi perpajakan. Dari hasil pengolahan data penelitian diperoleh rata – rata sebesar 3,51 – 4,31 dari jawaban alternative yang

disediakan yaitu satu sampai lima. Artinya, para *youtubers* di Jawa Tengah memahami sanksi perpajakan dengan baik.

Item pernyataan “Saya setuju bahwa sanksi pajak sangat diperlukan untuk menciptakan kedisiplinan dalam memenuhi kewajiban perpajakan” adalah item pernyataan dengan nilai perolehan rata – rata tertinggi yaitu 4,31 dengan 33 responden menjawab setuju dan 50 responden menjawab sangat setuju. Item pernyataan “Saya mengetahui sanksi yang dikenakan youtube sebesar 24% dari seluruh jumlah pendapatan” adalah item pernyataan dengan rata – rata terendah yaitu 3,51 dengan 36 responden menjawab setuju dan 17 responden menjawab sangat setuju. Maka dapat diartikan bahwa para *youtubers* di Jawa Tengah telah memahami definisi sanksi perpajakan secara umum, namun para *youtubers* di Jawa Tengah ternyata kurang mengetahui mengenai sanksi yang akan dikenakan youtube apabila *youtubers* tidak patuh terhadap peraturan perpajakan *adsense*.

**Tabel 4. 10**  
**Deskripsi Tanggapan Responden Berdasarkan**  
**Kepatuhan Pajak *Adsense***

No	Item	Jumlah Jawaban Responden					Mean
		STS	TS	RR	S	SS	
1	Saya selalu memenuhi kewajiban perpajakan pada youtube.	2	3	9	36	46	4,26
2	Saya mendaftar sebagai wajib pajak karena keinginan sendiri.	2	8	14	42	30	3,94
3	Saya mengetahui adanya pengawasan dari otoritas pajak Amerika Serikat atau IRS.	4	14	17	37	24	3,66
4	Saya selalu mendukung kepemilikan TIN ( <i>Tax Identity Number</i> ) atau NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) sebagai identitas wajib pajak.	7	15	18	34	22	3,51

5	Saya selalu melaporkan formulir pajak sebelum batas waktu pelaporan.	2	7	15	48	24	3,89
6	Saya selalu melengkapi dokumen dan persyaratan pelaporan pajak sesuai dengan ketentuan.	0	5	16	48	27	4,01
7	Saya selalu melengkapi data formulir pajak dengan jujur dan sesuai dengan keadaan sebenarnya.	0	6	14	44	32	4,06

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Statistic 25, 2022

Berdasar pada tabel 4.10 di atas dapat diketahui distribusi jawaban responden serta nilai rata – rata variabel kepatuhan pajak adsense. Dari hasil pengolahan data penelitian diperoleh rata – rata sebesar 3,51 – 4,26 dari jawaban alternatif yang disediakan yaitu satu sampai lima. Artinya, para *youtubers* di Jawa Tengah mengerti arti penting kepatuhan pajak *adsense* dengan baik..

Item pernyataan “Saya selalu memenuhi kewajiban perpajakan pada youtube” adalah item pernyataan dengan nilai perolehan rata – rata tertinggi yaitu 4,26 dengan 36 responden menjawab setuju dan 46 responden menjawab sangat setuju. Item pernyataan “Saya selalu mendukung kepemilikan TIN (*Tax Identity Number*) atau NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) sebagai identitas wajib pajak” adalah item pernyataan dengan rata – rata terendah yaitu 3,51 dengan 34 responden menjawab setuju dan 22 responden menjawab sangat setuju. Maka dapat diartikan bahwa para *youtubers* di Jawa Tengah telah memenuhi kewajiban perpajakannya terhadap youtube, namun para *youtubers* di Jawa Tengah ternyata masih ada yang tidak setuju adanya kepemilikan NPWP sebagai identitas wajib pajak suatu negara.

**B. Uji Asumsi Klasik**

**1. Uji Normalitas**

Penelitian ini menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dalam mengukur normal atau tidaknya suatu data. Jika nilai signifikan lebih besar ( $>$ ) dari 0,05, maka data dinyatakan terdistribusi normal. Hasil analisis pada uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut ini:

**Tabel 4. 11**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.41971735
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.049
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Statistic 25, 2022

di atas, diperoleh hasil pengujian statistik *one sample Kolmogrov-Smirnov* (K-S) bagian nilai signifikansi diketahui sebesar  $0,200 > 0,05$ . Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa nilai residual telah memenuhi syarat uji normalitas atau berdistribusi normal.

**2. Uji Multikolinieritas**

Penelitian ini melihat besarnya nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dalam menentukan ada tidaknya multikolinieritas. Jika Nilai *Tolerance*  $\geq 0,1$  dan nilai  $\leq$  VIF 10 maka tidak terdapat multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Hasil analisis pada uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut ini:



**Tabel 4. 12**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.523	2.294		1.100	.274		
	Pengetahuan Perpajakan	.127	.105	.114	1.209	.230	.496	2.018
	Modernisasi Adminitrasi Pajak	.227	.095	.294	2.396	.019	.293	3.411
	Tarif Pajak	.308	.094	.297	3.273	.002	.536	1.866
	Sanksi Perpajakan	.188	.101	.194	1.851	.067	.399	2.505

a. Dependent Variable: Kepatuhan Pajak Adsense

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Statistic 25, 2022

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.12 di atas, dapat dilihat bahwa semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dengan masing – masing nilai pengetahuan perpajakan (0,496), modernisasi administrasi pajak (0,293), tarif pajak (0,536), dan sanksi perpajakan (0,399). Sedangkan nilai VIF nya kurang dari 10 dengan masing – masing nilai pengetahuan perpajakan (2,018), modernisasi administrasi pajak (3,411), tarif pajak (1,866), dan sanksi perpajakan (2,505). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

**3. Uji Heteroskedastisitas**

Penelitian ini menggunakan *Uji White* dengan mendapatkan nilai  $R^2$  untuk menghitung  $c^2$  (*chi square*), dimana  $c^2 = n \times R^2$ . Jika  $c^2$  hitung <  $c^2$  tabel, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil analisis pada uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut ini:

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.267 <sup>a</sup>	.071	.030	9.54569

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Perpajakan, Modernisasi Administrasi Pajak, Tarif Pajak, Sanksi Perpajakan

b. Dependent Variable: Kepatuhan pajak adsense

*Sumber: Hasil Olah Data SPSS Statistic 25, 2022*

Pada tabel 4.13 di atas, diketahui bahwa nilai *R square* sebesar 0,071. Untuk itu diperoleh  $c^2$  hitung, dimana ( $c^2 = n \cdot R^2$ ) yaitu ( $c^2 = 6,816$ ). Sedangkan untuk menghitung *r* tabel ( $df = k - 1$ ) jadi ( $df = 3$  dengan sig. 0,05) sehingga diperoleh *r* tabel sebesar 7,815. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa  $c^2$  hitung  $6,816 < c^2$  tabel 7,815 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

**d. Teknik Analisis Data**

**1. Analisis Regresi Linear Berganda**

Berikut ini hasil uji regresi linear berganda yang dapat dilihat pada tabel 4.14:

**Tabel 4. 14**  
**Hasil Uji Regresi Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.523	2.294		1.100	.274
Pengetahuan Perpajakan	.127	.105	.114	1.209	.230
Modernisasi Administrasi Pajak	.227	.095	.294	2.396	.019
Tarif Pajak	.308	.094	.297	3.273	.002
Sanksi Perpajakan	.188	.101	.194	1.851	.067

a. Dependent Variable: Kepatuhan Pajak Adsense

*Sumber: Hasil Olah Data SPSS Statistic 25, 2022*

Berdasarkan tabel 4.14, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 2,523 + 0,127X_1 + 0,227X_2 + 0,308X_3 + 0,188X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Kepatuhan Pajak *Adsense*

X<sub>1</sub> = Pengetahuan Perpajakan

X<sub>2</sub> = Modernisasi Administrasi Pajak

X<sub>3</sub> = Tarif Pajak

X<sub>4</sub> = Sanksi Perpajakan

b<sub>1</sub> – b<sub>7</sub> = Koefisien Regresi

e = Tingkat kesalahan penduga dalam penelitian (*Error term*).

Dari persamaan di atas dapat dijadikan acuan untuk diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Koefisien konstanta (a) memiliki nilai regresi positif sebesar 2,523 yang artinya jika variabel independen yakni pengetahuan perpajakan (X<sub>1</sub>), modernisasi administrasi pajak (X<sub>2</sub>), tarif pajak (X<sub>3</sub>), dan sanksi perpajakan (X<sub>4</sub>) bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka nilai kepatuhan pajak *adsense* (Y) sebesar 2,523.
- b. Variabel pengetahuan perpajakan (X<sub>1</sub>) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,127 yang berarti pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan pajak *adsense* (Y), dimana jika terjadi kenaikan pada pengetahuan perpajakan maka akan meningkatkan kepatuhan pajak *adsense* sebesar 0,127.
- c. Variabel modernisasi administrasi pajak (X<sub>2</sub>) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,227 yang berarti modernisasi administrasi pajak memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan pajak *adsense* (Y), dimana jika terjadi kenaikan pada modernisasi administrasi pajak maka akan meningkatkan kepatuhan pajak *adsense* sebesar 0,227.
- d. Variabel tarif pajak (X<sub>3</sub>) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,308 yang berarti tarif pajak memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan pajak *adsense* (Y), dimana jika terjadi kenaikan pada tarif pajak maka akan meningkatkan kepatuhan pajak *adsense* sebesar 0,308.
- e. Variabel sanksi perpajakan (X<sub>4</sub>) mempunyai nilai koefisien regresi positif yaitu sebesar 0,188. Nilai tersebut berarti bahwa sanksi perpajakan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepatuhan pajak *adsense* (Y), dimana apabila terjadi

kenaikan pada sanksi perpajakan maka kepatuhan pajak *adsense* akan mengalami peningkatan sebesar 0,188.

**2. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Berikut ini hasil uji regresi linear berganda yang dapat dilihat pada tabel 4.15:

**Tabel 4. 15**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 <sup>a</sup>	.600	.582	2.472

a. Predictors: (Constant), Sanksi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, Tarif Pajak, Modernisasi Administrasi Pajak

*Sumber: Hasil Olah Data SPSS Statistic 25, 2022*

Pada tabel 4.15 di atas, nilai koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) dapat diketahui yaitu memperoleh nilai sebesar 0,582. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara statistik variabel dependen (kepatuhan pajak *adsense*) dapat dijelaskan oleh variabel independen (pengetahuan perpajakan, modernisasi administrasi pajak, tarif pajak, dan sanksi perpajakan) sebesar 58,2% dan sisanya 41,8% dijelaskan oleh variabel independen lainnya yang tidak dibahas pada penelitian ini.

**3. Uji Statistik F (Simultan)**

Tabel distribusi F diketahui  $DF_1 = K-1 = 5-1 = 4$  dan  $DF_2 = N-K = 96-4(DF_1) = 92;4$ , maka  $F_{tabel}$  dengan signifikansi 5% adalah 2,47. Nilai uji statistic F (simultan) pada penelitian ini akan disajikan pada tabel 4.16 berikut ini:

**Tabel 4. 16**  
**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	832.762	4	208.190	34.060	.000 <sup>b</sup>
Residual	556.228	91	6.112		
Total	1388.990	95			

a. Dependent Variable: Kepatuhan Pajak Adsense

b. Predictors: (Constant), Sanksi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, Tarif Pajak, Modernisasi Administrasi Pajak

*Sumber: Hasil Olah Data SPSS Statistic 25, 2022*

Pada tabel 4.16 di atas, diketahui bahwa  $F_{hitung}$  sebesar  $34,060 > 2,47$  dengan nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pengetahuan perpajakan, modernisasi administrasi pajak, tarif pajak, dan sanksi perpajakan secara bersama – sama berpengaruh terhadap kepatuhan pajak *adsense*.

**4. Uji Statistik T (Parsial)**

Tabel distribusi  $t_{tabel}$  diketahui ( $a/2; n-k-1$ ) jadi  $t_{tabel} = 0,05/2; 96-4-1 = 0,025; 91$  dengan nilai signifikansi 0,05 sehingga diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,986. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.17 berikut:

**Tabel 4. 17**  
**Hasil Uji T**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.523	2.294		1.100	.274
Pengetahuan Perpajakan	.127	.105	.114	1.209	.230
Modernisasi Administrasi Pajak	.227	.095	.294	2.396	.019
Tarif Pajak	.308	.094	.297	3.273	.002
Sanksi Perpajakan	.188	.101	.194	1.851	.067

a. Dependent Variable: Kepatuhan Pajak Adsense

*Sumber: Hasil Olah Data SPSS Statistic 25, 2022*

Dari hasil analisis pada tabel 4.17 maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pajak *Adsense*

Hasil uji t pada variabel pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan pajak *adsense* yang tersaji pada tabel 4.20 diperoleh nilai  $t_{hitung} 1,209 < t_{tabel}$  sebesar 1,986 dan tingkat signifikansi  $0,230 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel pengetahuan perpajakan (X1) tidak memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan pajak *adsense* (Y).

- b. Pengaruh Modernisasi Administrasi Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak *Adsense*

Hasil uji t pada variabel pengaruh modernisasi administrasi pajak terhadap kepatuhan pajak *adsense* yang tersaji pada tabel 4.20 diperoleh nilai  $t_{hitung} 2,396 > t_{tabel}$  sebesar 1,986 dan tingkat signifikansi  $0,019 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_2$  diterima. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel modernisasi administrasi pajak (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak *adsense* (Y).

- c. Pengaruh Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak *Adsense*

Hasil uji t pada variabel pengaruh tarif pajak terhadap kepatuhan pajak *adsense* yang tersaji pada tabel 4.20 diperoleh nilai  $t_{hitung} 3,273 > t_{tabel}$  sebesar 1,986 dan tingkat signifikansi  $0,002 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_3$  diterima. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel tarif pajak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak *adsense* (Y).

- d. Pengaruh Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pajak *Adsense*

Hasil uji t pada variabel pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan pajak *adsense* yang tersaji pada tabel 4.20 diperoleh nilai  $t_{hitung} 1,851 < t_{tabel}$  sebesar 1,986 dan tingkat signifikansi  $0,067 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima  $H_4$  ditolak. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa variabel sanksi perpajakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan pajak *adsense* (Y).

### C. Pembahasan

#### 1. Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pajak *Adsense*

Informasi yang ada kaitannya dengan perpajakan dapat disebut pengetahuan perpajakan. Pengetahuan perpajakan tersebut memiliki fungsi yaitu sebagai dasar dalam pengambilan keputusan, melakukan tindakan, serta menempuh strategi tertentu yang terkait dengan hak dan kewajiban dalam bidang perpajakan. Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} 1,209 < t_{tabel}$  sebesar 1,986 dan tingkat signifikansi  $0,230 > 0,05$  sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal tersebut berarti bahwa pengetahuan perpajakan secara parsial

tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan pajak *adsense* para *youtubers* di Jawa Tengah.

Sejatinya, *youtubers* dapat memperoleh pengetahuan perpajakan dari media masaa maupun media sosial. *Youtubers* yang paham akan pengetahuan perpajakan terutama tentang definisi dan fungsi pajak secara umum ternyata belum tentu membuat *youtubers* lebih patuh terhadap kewajiban perpajakannya. Begitupun dengan *youtubers* yang mengetahui bahwa pajak dapat dipungut dari pendapatan yang diperoleh secara *offline* maupun *online*.

Regulasi terbaru mengenai youtube yang dikenakan pajak *adsense* sebagaimana yang ditetapkan dalam peraturan perpajakan Amerika Serikat (*U.S. Internal Revenue Code*) umumnya telah diketahui oleh *youtubers* dari email masing – masing. Namun, adanya pemberitahuan mengenai regulasi terbaru pajak *adsense* saja tidak cukup membuat kepatuhan pajak *adsense* pada *youtubers* meningkat. Hal ini dikarenakan adanya kendala bagi *youtubers* untuk memahami metode sistem perpajakan, peraturan yang berlaku, serta mengenai batas waktu pelaporan pada pajak *adsense*.

Penelitian ini tidak sejalan dengan teori atribusi dikarenakan individu tersebut menunjukkan sikap negatif dengan tidak ada suatu niat atau keinginan untuk mempelajari mengenai metode dan sistem perpajakan pada *adsense* padahal mereka mengetahui bahwa pengetahuan perpajakan termasuk tata cara pelaporan dapat dipelajari darimana saja. Tentu saja hal ini bertentangan dengan teori atribusi yang menjelaskan bahwa pengetahuan perpajakan adalah salah satu faktor internal yang memiliki pengaruh terhadap wajib pajak dalam pengambilan keputusan berperilaku untuk mempelajari tentang peraturan, ketentuan, maupun tata cara perpajakan yang berlaku dengan didasari niat, keinginan, atau kemauan yang muncul dari dalam diri individu tersebut.<sup>10</sup>

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Listyowati, Yuli Chomsatu Samrotun, dan Suhendro<sup>11</sup> dan Fita Fitrianiingsih,

---

<sup>10</sup> Wiranatha and Rasmini, “Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Tax Amnesty, Tingkat Penghasilan Pada Kepatuhan Wajib Pajak.”

<sup>11</sup> Yuli Chomsatu Samrotun, Suhendro, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak.”

Sudarno, dan Taufik Kurrohman<sup>12</sup> yang juga menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak. Sedangkan penelitian Yetti Mulyati dan Juli Ismanto<sup>13</sup> menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak.

## 2. Pengaruh Modernisasi Administrasi Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak *Adsense*

Modernisasi administrasi pajak merupakan suatu program pengembangan sistem administrasi dalam bidang perpajakan dalam rangka meningkatkan penerimaan pajak yang dilakukan oleh instansi yang bersangkutan. Dari uji hipotesis yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} 2,396 > t_{tabel}$  sebesar 1,986 dan tingkat signifikansi  $0,019 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, artinya variabel modernisasi administrasi pajak secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak *adsense* para *youtubers* di Jawa Tengah.

Sistem administrasi pajak berupa pelaporan formulir dan pembayaran pajak *adsense* secara online diwujudkan sebagai bentuk efektivitas dan efisiensi untuk memudahkan serta mempercepat *youtubers* dalam memenuhi kewajiban perpajakannya terhadap *adsense*. Hal ini dikarenakan *youtubers* dapat melaporkan formulir pajak *adsensennya* yang dapat diakses melalui web <https://www.google.com/adsense/start/> selama 24 jam.

Proses pelaporan pajak *adsense* yang dilengkapi dengan main menu *learn more it* dapat membantu *youtubers* dalam memahami prosedur pelaporan secara detail sehingga *youtubers* tidak salah dalam membedakan formulir pajak *adsense*. Pelaporan formulir pajak *adsense* yang sederhana dan mudah dimengerti serta penyebaran informasi pembaruan dengan pemanfaatan teknologi nyatanya dapat diterima secara langsung oleh *youtubers* sehingga dapat mendorong *youtubers* untuk meningkatkan kepatuhan pajak *adsense*.

Penelitian ini sejalan dengan teori atribusi. Teori tersebut menjelaskan bahwa modernisasi administrasi pajak merupakan

---

<sup>12</sup> Fita Fitrianiingsih, S. Sudarno, and Taufik Kurrohman, "Analisis Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Denda Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan Perdesaan Dan Perkotaan Di Kota Pasuruan," *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 5, no. 1 (2018): 100, <https://doi.org/10.19184/ejeba.v5i1.7745>.

<sup>13</sup> Mulyati and Ismanto, "Pengaruh Penerapan E-Filing, Pengetahuan Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Pegawai Kemendikbud."



salah satu faktor eksternal yang dapat berpengaruh terhadap persepsi wajib pajak dalam melakukan penilaian kepatuhan pajak *adsense*. Modernisasi administrasi pajak dalam hal ini adalah pemanfaatan kemajuan teknologi informasi yang mempermudah *youtubers* dalam pelaporan formulir pajak *adsense* melalui jaringan internet berbasis *online* sehingga. Semakin mudah dan simpel suatu sistem administrasi pajak, maka wajib pajak akan lebih merasa nyaman. Sehingga secara otomatis kepatuhan pajak *adsense* akan terjadi peningkatan.<sup>14</sup>

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Viva Kowel, Lintje Kalangi, dan Steven Tangkuman<sup>15</sup>, dan Andry dan Amelia Sandra<sup>16</sup> yang menyatakan bahwa modernisasi administrasi pajak memiliki pengaruh yang positif terhadap kepatuhan pajak. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Indri Nur Alfi Qodariah, Dedi Suryadi, dan Yuniati<sup>17</sup> menyatakan bahwa modernisasi administrasi pajak tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan pajak.

### 3. Pengaruh Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak *Adsense*

Tarif pajak merupakan persentase atau suatu biaya yang ditetapkan atas dasar undang-undang yang selanjutnya dipakai dalam perhitungan atau penentuan total pajak yang perlu dibayarkan, disetor dan/atau dipungut oleh wajib pajak. Tarif pajak tersebut biasanya ditentukan berdasar pada persentase, namun ada juga yang ditentukan berupa nominak saja. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} 3,273 > t_{tabel}$  sebesar 1,986 dan tingkat signifikansi  $0,002 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, artinya variabel tarif pajak secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak *adsense* para *youtubers* di Jawa Tengah.

Pengetahuan *youtubers* mengenai tarif pajak secara umum sebagai dasar pengenaaan pajak dalam penentuan jumlah pajak

---

<sup>14</sup> Wiranatha and Rasmini, "Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Tax Amnesty, Tingkat Penghasilan Pada Kepatuhan Wajib Pajak."

<sup>15</sup> Viva, Kowel, and Kalangi, "The Effect Of Taxpayer Knowledge, Taxpayer Awareness And Modernization Of Tax Administration System To Taxpayer Compliance Of Motor Vehicles In South Minahasa Regency."

<sup>16</sup> Andry and Amelia, "Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan Di ITC Cempaka Mas Jakarta."

<sup>17</sup> Qodariah, Suryadi, and Yuniati, "Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Dan Penyuluhan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan (Studi Kasus Di KPP Pratama X Di Jawa Barat)."

terutang membuat *youtubers* mengetahui bahwa pemungutan pajak *adsense* dilakukan berdasarkan jenis tarif pajak yang beragam. Keberagaman tarif pajak *adsense* yang dikenakan kepada *youtubers* sebesar 0-30% dari penonton AS menjadikan *youtubers* kesulitan dalam perhitungan pajak *adsense*. Terlebih lagi penetapan tarif pajak *adsense* yang tidak melihat batas minimal penghasilan membuat *youtubers* merasa dirugikan. Namun, hal tersebut dapat disiasati dengan kepemilikan NPWP sehingga tarif pajak yang dikenakan lebih kecil yaitu hanya 10% karena adanya *tax treaty* antara Indonesia-Amerika Serikat.

Perbedaan tarif pajak *adsense* yang dikenakan memberikan keuntungan kepada *youtubers* karena *youtubers* berpikir bahwa kelengkapan dalam pelaporan formulir pajak dapat meringankan beban pajak sehingga memberikan rasa keadilan kepada *youtubers*. Semakin kecil tarif pajak *adsense* yang dikenakan kepada *youtubers*, maka akan meningkatkan inisiatif *youtubers* untuk melaporkan penghasilannya kepada administrasi pajak *adsense*.

Penelitian ini sejalan dengan teori atribusi. Teori tersebut menjelaskan bahwa tarif pajak adalah salah satu faktor eksternal yang mampu mempengaruhi seseorang dalam menentukan perilaku kepatuhan untuk memenuhi kewajiban pajak *adsense*. Perbedaan tarif pajak *adsense* yang beraneka ragam sesuai dengan kelengkapan informasi pajak *adsense* yang dilaporkan dapat mendorong *youtubers* untuk memenuhi kepatuhan pajak *adsenseny* serta membangun sebuah kesan bahwa tarif pajak yang dikenakan lebih ringan juga dapat memberikan keadilan bagi *youtubers*.<sup>18</sup>

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Danarsi, Siti Nurlaela, dan Hendro Subroto<sup>19</sup> dan Komang Putra Suardana dan Gayatri<sup>20</sup> yang mengungkapkan bahwa kepatuhan pajak dapat dipengaruhi oleh tarif pajak. Sedangkan penelitian ini tidak didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pipit Annisa Fitria

---

<sup>18</sup> Ariyanto and Nuswantara, “Pengaruh Persepsi Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.”

<sup>19</sup> Hendro Subroto, Danarsi, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Mobil Dengan Diberlakukannya Pajak Progresif Di Kota Surakarta.”

<sup>20</sup> Komang Putra Suardana, “Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan Dan Perhitungan Tarif Pajak Pada Kepatuhan Pajak Mahasiswa Pelaku UMKM.”

dan Edy Supriyono<sup>21</sup> yang mengungkapkan bahwa tarif pajak memiliki pengaruh yang negatif terhadap tingkat kepatuhan pajak.

#### 4. Pengaruh Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pajak *Adsense*

Sanksi perpajakan merupakan tindakan berupa hukuman apabila ketentuan atau norma perpajakan tidak dituruti, tidak dipatuhi dan tidak ditaati, atau dengan kata lain sanksi perpajakan merupakan alat untuk mencegah terjadinya pelanggaran norma perpajakan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} 1,851 < t_{tabel}$  sebesar 1,986 dan tingkat signifikansi  $0,067 > 0,05$  sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_4$  ditolak, artinya variabel sanksi perpajakan secara parsial tidak berpengaruh dan signifikan terhadap kepatuhan pajak *adsense* para *youtubers* di Jawa Tengah.

Sanksi pajak menurut *youtubers* sangat diperlukan untuk menciptakan kedisiplinan dalam memenuhi kewajiban perpajakan dan harus diberikan sanksi yang setimpal ataupun tegas sesuai ketentuan yang diberlakukan. Sehingga hal tersebut dapat membuat jera bagi yang melanggar. Tidak melaporkan formulir pajak atau terlambat dalam pelaporan pajak *adsense* akan mengakibatkan *youtubers* dikenakan sanksi pajak *adsense* sebesar 24% dari seluruh jumlah pendapatan di dunia.

*Youtubers* memandang bahwa pelaporan pajak *adsense* memang suatu kewajiban yang harus dilaksanakan demi kenyamanan para *youtubers* karena mendapat penghasilan yang mutlak dari pihak youtube. Tidak peduli ada atau tidaknya sanksi perpajakan. Sehingga secara otomatis *youtubers* telah menghindari perilaku yang mengakibatkan terkenanya sanksi pajak *adsense*. Jadi, sanksi perpajakan tidak bisa memberikan pengaruh kepada *youtubers* dalam kepatuhan pajak *adsense*.

Penelitian ini tidak sejalan dengan teori atribusi dimana sanksi pajak yang dikenakan tidak berlaku pada *youtubers* karena *youtubers* tidak peduli akan konsekuensi tersebut. *Youtubers* hanya memandang pelaporan pajak *adsense* sebagai suatu kewajiban yang harus dipenuhi saja. Sehingga hal ini bertentangan dengan teori atribusi yang menjelaskan bahwa pemenuhan kepatuhan pajak dapat dipengaruhi oleh sanksi perpajakan yang merupakan salah satu faktor eksternal yang

---

<sup>21</sup> Fitria and Supriyono, "Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Persepsi Tarif Pajak, Dan Keadilan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak."

dapat berpengaruh terhadap pemenuhan kepatuhan pajak karena sanksi yang telah diatur dalam undang – undang memiliki kekuatan hukum yang sah sehingga akan membuat wajib pajak berpikir untuk memenuhi kewajibannya daripada terkena konsekuensinya.<sup>22</sup>

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Supriatiningsih dan Firhan Saefta Jamil<sup>23</sup> dan Afeni Maxuel dan Anita Primastiwi<sup>24</sup> yang mengungkapkan bahwa kepatuhan pajak tidak dipengaruhi oleh sanksi perpajakan. Sedangkan penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian Ni Luh Gedhe Santhi Kartikasari dan I Ketut Yadnyana<sup>25</sup> yang mengungkapkan bahwa kepatuhan pajak dapat dipengaruhi secara positif oleh sanksi perpajakan.



---

<sup>22</sup> Laksmi, “Pengaruh Kesadaran, Sanksi Perpajakan, Dana Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak Denpasar Timur.”

<sup>23</sup> Supriatiningsih, “Pengaruh Kebijakan E-Filing, Sanksi Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.”

<sup>24</sup> Primastiwi Anita, “Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-Commerce.”

<sup>25</sup> Kartikasari and Yadnyana, “Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak Kesadaran Wajib Pajak Dan Kepatuhan WPOP Sektor UMKM.”