

Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Atas Pengetahuan Perpajakan, *Super Ego Motives*, Pelayanan Aparat Pajak dan Peran Sebagai Wakil Wajib Pajak Terhadap Permintaan Wajib Pajak Orang Pribadi Atas Jasa Konsultan Pajak di Wilayah KPP Mulyorejo Surabaya

Bobby Hartanto dan Elisa Tjondro

Program Akuntansi Pajak Program Studi Akuntansi Universitas Kristen Petra

Email: bobbyhartanto92@gmail.com

ABSTRAK

Dewasa ini, selain wajib pajak badan, jasa konsultan pajak juga banyak digunakan oleh wajib pajak orang pribadi. Jadi, permintaan atas jasa konsultan pajak dari wajib pajak orang pribadi tidak lagi dipandang sebelah mata atau diremehkan. Berdasarkan realita tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh dari beberapa faktor terhadap permintaan tersebut sehingga konsultan pajak dapat memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor yang signifikan yang mempengaruhi permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak.

Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh kesimpulan bahwa persepsi wajib pajak atas pengetahuan perpajakan, *super ego motives*, pelayanan aparat pajak, dan peran sebagai wakil wajib pajak secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya. Selain secara parsial, empat faktor tersebut juga secara simultan mempengaruhi permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya.

Kata Kunci: permintaan atas konsultan pajak, persepsi atas pengetahuan perpajakan, *super ego motives*, pelayanan aparat pajak, peran sebagai wakil wajib pajak.

ABSTRACT

Nowadays, besides entity taxpayer, tax consultant services are also widely used by individual taxpayer. So, demand for the services of tax consultants from individual taxpayer is no longer more than meets the eye or being underestimated. Based on that reality, this research was conducted with the purpose of knowing the influence of several factors on the demand so that the tax consultant can give more attention to the factors that significantly affect the individual taxpayer's demand for tax consultant services

From the result of multiple linear regression analysis, the conclusion was the perception of the taxpayer on tax knowledge, super ego motives, tax authorities services and the role of the taxpayer's representative partially had significant affect on the individual taxpayer's demand for tax consultant services in the region of Mulyorejo tax service office, Surabaya. In addition to partial affect, those four factors simultaneously affected individual taxpayer's demand for tax consultant services in the region of Mulyorejo tax service office, Surabaya.

Keyword: demand for tax consultant, perception of the taxpayer on tax knowledge, super ego motives, tax

authorities services, role of the taxpayer's representative

PENDAHULUAN

Dalam penggunaan jasa konsultasi pastinya setiap klien memiliki alasan tersendiri mengapa menggunakan jasa tersebut. Seperti yang ditunjukkan dalam penelitian Czerniawska (2002), salah satu alasan klien menggunakan jasa konsultan karena persepsi klien tentang konsultan yang memiliki pengetahuan lebih luas dan mendalam dibandingkan klien. Survey yang dilakukan *Management Consultancies Association* (2010) mengatakan hal yang senada, banyak industri di United Kingdom menggunakan jasa konsultan manajemen karena persepsi bahwa perusahaan tidak memiliki pengetahuan yang dimiliki oleh konsultan dan pengetahuan manajemen tersebut dapat membantu perusahaan mengambil keputusan yang lebih baik. Selain kedua penelitian tersebut, Yuhertiana dan Sofyan (2010) mengungkapkan bahwa alasan klien menyewa jasa konsultasi karena klien membutuhkan pendidikan dan pelatihan agar koperasinya dapat maju. Hal tersebut dilakukan karena sumber daya manusia yang dimiliki oleh koperasi masih belum mahir untuk membuat laporan keuangan secara mandiri. Dari penelitian-penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi klien mengenai tingkat pengetahuannya mempengaruhi permintaan atas jasa konsultan. Bila dikaitkan dengan permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak, maka persepsi wajib pajak atas pengetahuannya dalam bidang perpajakan diduga mempengaruhi permintaan atas jasa konsultan pajak.

Disamping pengetahuan klien, alasan lain klien melakukan konsultasi adalah *psychological expectations* (Celliah & Davis, 2011). Menurut Celliah dan Davis (2011), *psychological expectations* yang dimiliki klien menjadi alasan klien memakai jasa konsultan. Seperti yang

diungkapkan oleh para konsultan yang menjadi responden penelitian Celliah dan Davis (2011), banyak klien yang mereka tangani menunjukkan keberadaan *psychological expectations* secara eksplisit maupun implisit. Salah satu konsultan yang menjadi responden mengatakan bahwa kliennya tidak menyebutkan *psychological expectations* secara terang-terangan tetapi hal itu terdapat dalam tiap sub pembicaraan. Di sisi lain, ada pula konsultan yang mengatakan bahwa kliennya secara gamblang menginginkan suatu model X dan ia tidak peduli dengan apa yang dilakukan konsultan tersebut, yang terpenting sang konsultan dapat menghasilkan model tersebut sebagai *outcome*. Baik dikatakan secara eksplisit maupun implisit, para konsultan tersebut tidak menyangkal adanya *psychological expectations*, yang berupa *ego needs*, *super ego motives* dan *political motives* dalam diri klien mereka. Untuk menyesuaikan penelitian ini dengan penelitian Celliah dan Davis (2011) serta Heller (2002), maka hanya *psychological expectation* berupa *super ego motives* yang akan digunakan sebagai variabel. Jadi, diduga faktor *super ego motives* mempengaruhi permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak.

Pendapat lain diungkapkan oleh Cahyono (2008), dalam penelitiannya diungkapkan bahwa faktor pelayanan aparat pajak adalah faktor yang paling mempengaruhi keputusan wajib pajak orang pribadi di kota Cirebon untuk menggunakan jasa konsultan pajak. Wajib pajak orang pribadi di kota Cirebon merasa kurang puas dengan pelayanan aparat pajak kota Cirebon, maka dari itu, mereka memilih untuk memakai jasa konsultan pajak untuk membantu mereka dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Berdasarkan penelitian tersebut, maka muncul dugaan bahwa faktor pelayanan aparat pajak memiliki pengaruh terhadap

permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya.

Faktor terakhir yang diduga memiliki pengaruh terhadap permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak adalah peran konsultan sebagai wakil wajib pajak untuk menjalankan kewajiban perpajakan kliennya. Dewasa ini, peran konsultan tidak hanya sebagai *adviser* yang hanya bertugas memberikan solusi bagi masalah klien tetapi konsultan juga diberi tanggung jawab oleh manajer untuk menggantikan beberapa tugasnya. Berdasarkan wawancara Kakabadse *et al* (2006), banyak dari para konsultan yang menjadi responden mengungkapkan bahwa mereka mendapatkan *locus of control* yang cukup luas atas suatu pekerjaan dari klien-klien mereka. Para konsultan menyatakan selama klien mengerti apa yang konsultan kerjakan, maka mereka akan percaya dan memberikan kontrol yang besar untuk mereka. Meski begitu kontrol yang mereka terima tidak akan pernah mencapai 100% karena apabila seorang konsultan mendapatkan kontrol 100%, berarti konsultan tersebut tidak perlu mempertanggungjawabkan apapun kepada siapapun termasuk klien (Kakabadse, Louchart, & Kakabadse, 2006).

Berdasarkan penelitian-penelitian di atas, keempat variabel independen, persepsi wajib pajak atas pengetahuan perpajakan, *super ego motives*, pelayanan aparat pajak dan peran sebagai wakil wajib pajak, akan dikaji lebih lanjut untuk mengetahui variabel mana yang memiliki pengaruh signifikan terhadap permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya. Dengan mengetahui faktor-faktor yang memiliki pengaruh signifikan, konsultan pajak dapat memfokuskan diri untuk memperbaiki pelayanannya yang berhubungan

dengan faktor-faktor tersebut, yang mungkin sebelumnya dirasa tidak penting.

Permintaan Atas Jasa Konsultan Pajak

Seperti permintaan pada umumnya, permintaan atas jasa konsultan pajak, tentu juga didasarkan pada kebutuhan dan keinginan wajib pajak. Kebutuhan tersebut dapat berupa kebutuhan wajib pajak atas pengetahuan yang dimiliki konsultan pajak atau kebutuhan wajib pajak untuk memiliki wakil dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Sedangkan keinginan tersebut dapat berupa keinginan wajib pajak untuk memajukan usaha serta mengatur keuangan melalui *tax planning* atau keinginan wajib pajak untuk memperoleh pelayanan yang lebih baik dari pada yang diberikan oleh aparat pajak. Semakin tinggi tingkat kebutuhan atau keinginan wajib pajak, maka semakin tinggi pula permintaannya atas jasa konsultan pajak untuk menjawab kebutuhan dan keinginan tersebut.

Tinggi atau rendahnya tingkat permintaan atas jasa konsultan pajak dapat dilihat dari frekuensi penggunaan jasa konsultan pajak oleh wajib pajak. Jasa konsultan pajak yang digunakan wajib pajak dapat bermacam-macam jenisnya. Menurut buku yang berjudul “30 Bisnis Berbasis Ide bagi Siapa pun”, jasa yang ditawarkan oleh konsultan pajak dapat berupa:

- a. Konsultasi Perpajakan;
- b. Pemenuhan Perpajakan;
- c. Perencanaan Pajak;
- d. Penelaahan Pajak;
- e. Asistensi Perpajakan;
- f. Keberatan Pajak;
- g. Banding Pajak;
- h. Restitusi;
- i. Sistem dan Desain Pajak;
- j. Administrasi Perpajakan;
- k. *In-House Tax Training*.

Semakin sering wajib pajak menggunakan jasa konsultan pajak, frekuensi penggunaannya tinggi, berarti semakin tinggi tingkat permintaan wajib pajak tersebut dan sebaliknya.

Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Atas Pengetahuan Perpajakan Terhadap Permintaan Atas Jasa Konsultan

Persepsi wajib pajak atas pengetahuan perpajakan adalah proses dimana wajib pajak menafsirkan seberapa jauh hasil kerja fikirinya tentang hal-hal yang berkaitan dengan perpajakan (Widayati & Nurlis, 2010). Menurut Kotler (2002) persepsi seseorang tentang adanya suatu kekurangan menyebabkan timbulnya permintaan dari orang tersebut sebagai jalan pemenuhan atas kekurangan itu. Persepsi wajib pajak tentang dirinya yang kurang mengetahui tentang perpajakan menyebabkan wajib pajak melakukan permintaan untuk memenuhi kekurangannya, seperti dengan cara menyewa jasa konsultan pajak. Berdasarkan penelitian Widayati dan Nurlis (2010), persepsi wajib pajak atas pengetahuan perpajakannya dapat diukur dari penafsiran wajib pajak mengenai sejauh mana pengetahuannya dalam hal:

- a. Fungsi NPWP;
- b. Hak dan kewajiban wajib pajak;
- c. Sanksi perpajakan;
- d. Tarif pajak;
- e. PTKP;
- f. PKP dan PPh terutang.

Penafsiran wajib pajak atas sejauh mana pengetahuan perpajakannya tentang fungsi NPWP, hak dan kewajibannya, sanksi perpajakan, tarif pajak yang digunakan untuk menghitung pajak penghasilannya, PTKP, PKP dan PPh terutang yang ditanggung wajib pajak, akan menjadi tolak

ukur tinggi atau rendahnya persepsi wajib pajak atas pengetahuan perpajakan.

Pengaruh *Super Ego Motives* Terhadap Permintaan Atas Jasa Konsultan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, definisi dari kata psikologis atau *psychological* adalah sesuatu yang berkenaan dengan jiwa. Sedangkan harapan atau *expectation* diartikan sebagai sesuatu yang diinginkan untuk menjadi kenyataan. Jadi *psychological expectation* dapat diartikan sebagai sesuatu yang diinginkan, yang berasal dari jiwa, untuk menjadi kenyataan. Hasil penelitian Chelliah dan Davis (2011) menyatakan bahwa 25 konsultan yang diteliti menyatakan bahwa klien-kliennya memiliki *psychological expectation*, baik secara eksplisit maupun implisit, sebagai alasan mereka berkonsultasi.

Heller (2002) berpendapat bahwa *psychological expectation* dapat dikategorikan menjadi 3 bagian, yaitu *ego needs*, *super ego motives*, dan *political motives*. *Ego needs* adalah keinginan pribadi untuk mencapai suatu kesuksesan pribadi. Kesuksesan pribadi yang dituju, menurut Heller (2002) serta Chelliah dan Davis (2011), adalah memperoleh atau mempertahankan posisi sebagai eksekutif dan meningkatkan *personal image*. Kemudian *super ego motives* diartikan sebagai keinginan untuk mencapai sesuatu yang baik bagi organisasi, sebagai contoh mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan *political motives* adalah *intra-organizational rivalry* dan *evading responsibility*. *Intra-organizational rivalry* diartikan sebagai keinginan yang bertujuan untuk menjatuhkan *image* kompetitor internal dengan menyediakan bukti-bukti atas ketidakkompetenan kompetitor melalui penemuan oleh *independent external consultant*. Sedangkan *evading*

responsibility adalah keinginan yang bertujuan menjadikan konsultan sebagai kambing hitam atau tempat pelemparan tanggung jawab atas kegagalan untuk melindungi citra para eksekutif yang terlibat.

Berdasarkan penjelasan Heller (2002) di atas, maka dalam penelitian ini ditentukan bahwa *psychological expectation* yang akan digunakan adalah *psychological expectation* klien yang berupa *super ego motives*. Hal ini dikarenakan *ego needs* dan *political motives* tidak relevan bila dikaitkan dengan *psychological expectation* wajib pajak orang pribadi. Sedangkan *super ego motives* digunakan karena dirasa sangat relevan dengan *psychological expectation* wajib pajak orang pribadi, yaitu mencapai sesuatu yang baik bagi usahanya seperti mencapai tujuan usaha.

Menurut Fuad *et al* (2006), tujuan dari pendirian suatu usaha oleh wiraswastawan, yaitu memperoleh laba. Permintaan wajib pajak atas jasa konsultan pajak yang dipengaruhi oleh *super ego motives* menyebabkan wajib pajak memiliki tujuan untuk memperoleh laba bersih setelah pajak (*net income after tax*) yang tinggi. Untuk memperoleh *net income after tax* yang tinggi, tentunya wajib pajak harus mencapai target penjualan yang tinggi, lalu diikuti dengan pengeluaran biaya-biaya usaha yang efisien dan pembayaran pajak yang optimal. Menurut Rahman (2010), terdapat beberapa cara yang dapat digunakan wajib pajak agar pembayaran pajaknya optimal:

- a. Tax saving;
- b. Penghindaran pajak;
- c. Maksimisasi beban fiskal;
- d. Penghindaran pelanggaran terhadap peraturan perpajakan;
- e. Pengoptimalan kredit pajak dan *tax deduction*;
- f. Mengusahakan penghasilan yang stabil.

Dengan mengetahui sejauh mana keinginan wajib pajak untuk memperoleh *net income after tax* yang

tinggi melalui pengeluaran biaya usaha yang efisien dan pembayaran pajak yang optimal, maka tinggi atau rendahnya *super ego motives* wajib pajak dapat diukur.

Pengaruh Pelayanan Aparat Pajak Terhadap Permintaan Atas Jasa Konsultan

Kotler (2002), mendefinisikan pelayanan sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sementara itu, pengertian dari aparat berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah badan pemerintahan, instansi pemerintah atau pegawai negeri. Jadi pelayanan aparat pajak dapat diartikan sebagai tindakan atau cara melayani yang diberikan oleh pegawai negeri di bidang pajak kepada wajib pajak, dalam rangka membantu menyelesaikan kewajiban atau mengklaim hak wajib pajak tersebut.

Dalam penelitian Cahyono (2008), faktor yang menyebabkan wajib pajak orang pribadi di KPP kota Cirebon menggunakan jasa konsultan pajak adalah pelayanan aparat pajak. Pelayanan aparat pajak yang kurang berkenan bagi wajib pajak membuat mereka beralih kepada konsultan pajak untuk membantu mereka. Karena diduga permintaan atas konsultan pajak oleh wajib pajak orang pribadi di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya, dilatarbelakangi oleh alasan yang sama, maka kualitas pelayanan aparat pajak akan diukur. Untuk mengukur kualitas tersebut, menurut Kotler (2000), terdapat 5 determinan yang dapat digunakan sebagai alat ukur, yaitu:

- a. *Reliability* (Keandalan);
- b. *Responsiveness* (Daya Tanggap);
- c. *Assurance* (Kepastian);
- d. *Emphaty* (Empati);

e. *Tangible* (Berwujud).

Dengan kelima determinan tersebut, nantinya akan diukur tinggi atau rendahnya kualitas pelayanan aparat pajak.

Pengaruh Peran Sebagai Wakil Wajib Pajak Terhadap Permintaan Atas Jasa Konsultan

Menurut hasil penelitian Kakabadse *et al.* (2006), disimpulkan bahwa peran seorang konsultan tidak hanya sebagai *adviser*, namun juga menjadi wakil kliennya. Yang dimaksud dengan konsultan sebagai *adviser* adalah konsultan bertugas membantu kliennya untuk melangkah ke depan dan menambah *value* kliennya melalui konsultasi yang dilakukan dan pemberian saran-saran yang terkait dengan masalah sang klien. Sedangkan yang dimaksud dengan konsultan sebagai wakil klien adalah konsultan diberikan wewenang atau *locus of control* oleh klien untuk menggantikannya mengerjakan suatu tugas. Bila peran konsultan yang dimaksud oleh Kakabadse *et al.* (2006) dispesifikkan menjadi peran konsultan pajak, maka selain sebagai *adviser* dalam bidang perpajakan, konsultan pajak juga memiliki peran sebagai wakil dari wajib pajak. Dengan menjadi wakil wajib pajak, berarti konsultan pajak memiliki peran untuk menggantikan wajib pajak mengerjakan tugasnya.

Sangat disayangkan, dalam penelitian Kakabadse *et al.* (2006) tidak disebutkan seperti apa tugas yang diberikan kepada para konsultan tersebut. Maka dari itu, dengan tujuan memperjelas tugas yang diberikan kepada konsultan pajak dalam penelitian ini, tugas wajib pajak yang diwakili oleh konsultan pajak hanya dibatasi pada tugas wajib pajak dalam menjalankan kewajiban

perpajakannya. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, kewajiban tersebut dapat berupa:

- a. Mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP;
- b. Mendaftarkan diri menjadi PKP;
- c. Melakukan pembayaran, pemotongan/pemungutan dan pelaporan pajak;
- d. Melakukan kewajiban ketika terjadi *tax audit*;
- e. Memberikan data dan informasi yang berkaitan dengan perpajakan.

Kewajiban wajib pajak yang ditugaskan pada konsultan tersebut akan menjadi tolak ukur peran tinggi atau rendahnya peran konsultan pajak sebagai wakil wajib pajak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi wajib pajak atas pengetahuan perpajakan, *super ego motives*, pelayanan aparat pajak, peran sebagai wakil wajib pajak terhadap permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak.

Varibel yang digunakan dalam penelitian ini adalah empat variabel independen yaitu persepsi wajib pajak atas pengetahuan perpajakan, *super ego motives*, pelayanan aparat pajak, peran sebagai wakil wajib pajak dan satu variabel dependen yaitu permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak.

Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer melalui *interview* dan kuisisioner yang berasal langsung dari objek penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi yang masuk dalam cakupan KPP Mulyorejo, Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sebanyak 100 orang wajib pajak orang pribadi yang masuk dalam cakupan KPP Mulyorejo, Surabaya. Untuk teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini digunakan teknik *non-*

probability sampling purposive, dengan kriteria wajib pajak orang pribadi yang menjadi responden adalah wajib pajak orang pribadi yang memiliki usaha sendiri.

Instrumen penelitian dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal. Instrumen yang digunakan untuk mengukur semua variabel berjumlah 32 item pertanyaan. Sebelum dianalisis data diuji validitas dan reliabilitasnya. Menurut Sekaran (1992), suatu variabel dikatakan reliabel, jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60. Sedangkan validitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan korelasi *pearson product moment*.

Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS 18. Model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak

a = Konstanta

b_n = Koefisien regresi variabel bebas

X_n = Variabel bebas

e = Error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari data yang dikumpulkan, berikut gambaran profil responden:

Tabel 1. Deskriptif Profil Responden

Deskripsi	Jumlah	Persentase
Pendidikan terakhir		
- SMP	4	4%
- SMA/SLTA/SMK	32	32%
- S1	61	61%
- S2	3	3%
Omzet setahun		
- 4,8 Milyar	95	95%
- > 4,8 Milyar	5	5%
Lama penggunaan konsultan pajak		
- Tidak pernah	13	13%
- ±1-2 tahun	30	30%
- ±3-5 tahun	42	42%
- > 5 tahun	15	15%

Tabel 2. Deskripsi Statistik

Variabel	Mean	Batas putusan
X1	2,35	2,8
X2	3,16	2,8
X3	2,08	2,8
Y	2,97	2,8

Dari tabel 2 ditunjukkan bahwa nilai rata-rata persepsi wajib pajak atas pengetahuan perpajakan (X_1), dan pelayanan aparat pajak (X_3) lebih kecil dari pada nilai batas keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi wajib pajak atas pengetahuan perpajakan masih tergolong rendah, begitu pula pelayanan yang diberikan oleh aparat pajak. Sedangkan untuk nilai rata-rata *super ego motives* (X_2), peran sebagai wakil wajib pajak (X_4) dan permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak (Y) tergolong cukup tinggi sebab berada di atas nilai batas keputusan.

Penelitian ini telah memenuhi uji asumsi klasik sebagai syarat sebelum masuk ke dalam tahap analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik yang telah dilakukan meliputi uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji normalitas dan uji linearitas. Untuk uji autokorelasi tidak dilakukan

pada penelitian ini karena data yang diperoleh merupakan data *cross-section*.

Tabel 3. Koefisien Model Regresi

Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1. Constant	4,024	2,177		1,848	,068
X1	-,136	,046	-,214	-2,956	,004
X2	,447	,070	,509	6,368	,001
X3	-,098	,045	-,137	-2,164	,033
X4	0,190	,076	,188	2,497	,014

Berdasarkan tabel 3 diatas, maka model regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 4,024 - 0,136X_1 + 0,447X_2 - 0,098X_3 + 0,190X_4 + e.$$

Nilai konstanta sebesar 4,024 menunjukkan besarnya permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya apabila keempat variabel sama dengan nol atau tidak memberikan pengaruh.

Nilai koefisien regresi X_1 sebesar -0,136 menunjukkan apabila persepsi wajib pajak atas pengetahuan perpajakan mengalami peningkatan sebesar satu satuan (mempersepsikan semakin tahu tentang pajak) maka permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya akan turun sebesar 0,136.

Nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,447 menunjukkan apabila *super ego motives* mengalami peningkatan sebesar satu satuan (semakin tinggi keinginan memperoleh *net income after tax* yang besar) maka permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya akan naik sebesar 0,447.

Nilai koefisien regresi X_3 sebesar -0,098 menunjukkan apabila pelayanan aparat pajak

mengalami peningkatan sebesar satu satuan (pelayanan aparat pajak semakin bagus) maka permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya akan turun sebesar 0,098.

Nilai koefisien regresi X_4 sebesar 0,190 menunjukkan apabila peran sebagai wakil wajib pajak mengalami peningkatan sebesar satu satuan (peran konsultan semakin banyak) maka permintaan wajib pajak atas jasa konsultan pajak di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya akan naik sebesar 0,190.

Tabel 4. Koefisien Determinasi

R	.795 ^a
R Square	.632
Adjusted R Square	.617
(Constant)	1,956

Dari Tabel 4 menunjukkan nilai Adjusted $R^2=0,632$ yang artinya variabel persepsi wajib pajak atas pengetahuan perpajakan, *super ego motives*, pelayanan aparat pajak, dan peran sebagai wakil wajib pajak dapat menerangkan variabilitas sebesar 63,2% dari variabel permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak sedangkan sisanya diterangkan oleh variabel lain sebesar 36,8%.

Tabel 5. Uji Simultan

Model	ANOVA ^b			
	Sum of Squares	df	Mean Square	F Sig.
1. Regression	624,546	2	156,137	40,807 .001 ^a
Residual	363,494	95	3,826	
Total	988,040	99		

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

b. Dependent variable: Y

Tabel 5 menunjukkan nilai signifikansi hitung $(0,001) < \text{nilai } (0,05)$. Selain itu, nilai F hitung $(40,807) > \text{nilai } F \text{ tabel } (2,47)$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi wajib pajak atas pengetahuan perpajakan (X_1), *super ego motives* (X_2), pelayanan aparat pajak (X_3), dan peran sebagai wakil wajib pajak (X_4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak (Y) di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya.

Tabel 6. Uji Parsial

Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1. Constant	4,024	2,177		1,848	,068
X1	-,136	,046	-,214	-2,956	,004
X2	,447	,070	,509	6,368	,001
X3	-,098	,045	-,137	-2,164	,033
X4	0,190	,076	,188	2,497	,014

a. Dependent Variable Y

Tabel 6 menunjukkan hasil pengujian parsial di mana persepsi wajib pajak atas pengetahuan perpajakan terhadap permintaan wajib pajak atas jasa konsultan pajak menghasilkan nilai signifikansi hitung $(0,004) < \text{nilai } (0,05)$. Selain itu, nilai t hitung $(2,956) > \text{nilai } t \text{ tabel } (1,985)$. Tanda negatif pada nilai t hitung (lihat tabel 6) menunjukkan hubungan negatif antara variabel independen dengan variabel dependen. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan disimpulkan bahwa persepsi wajib pajak atas pengetahuan perpajakan berpengaruh negatif

terhadap permintaan wajib pajak atas jasa konsultan pajak di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya. Ini berarti, peningkatan persepsi wajib pajak atas pengetahuan perpajakan menyebabkan penurunan permintaan wajib pajak atas jasa konsultan pajak di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya, begitupun sebaliknya.

Dari hasil uji t dan nilai rata-rata pada tabel 2, dapat diinterpretasikan bahwa wajib pajak memiliki persepsi bahwa pengetahuan perpajakan yang dimilikinya rendah, sehingga permintaannya atas jasa konsultan pajak tinggi. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa responden, didapat beberapa alasan mengapa responden mempersepsikan pengetahuan perpajakannya rendah, yaitu karena:

- Tuan "A" yang menyelesaikan pendidikan terakhirnya pada tingkat S1 manajem bisnis dan Tuan "B" yang menyelesaikan pendidikan terakhirnya pada jenjang S2 teknik memiliki pandangan dan pola pikir bahwa pengetahuan seorang spesialis, konsultan pajak, tentu lebih dalam dibandingkan mereka sebagai kaum awam. Jadi ketika ada masalah perpajakan yang muncul, tentunya konsultan pajak dapat menyelesaikan masalah tersebut lebih baik dibandingkan mereka.
- Tuan "C", Tuan "D" dan Tuan "E" yang menyelesaikan pendidikan terakhir pada tingkat SMA mengatakan bahwa mereka tidak pernah mendapatkan pendidikan tentang perpajakan sehingga mereka tidak tahu sama sekali tentang hal-hal seputar pajak.

Uji t antara *super ego motives* terhadap permintaan wajib pajak atas jasa konsultan pajak menghasilkan nilai signifikansi hitung $(0,001) < (0,05)$. Selain itu, nilai t hitung $(6,368) > \text{nilai } t \text{ tabel } (1,985)$. Nilai t hitung yang positif menunjukkan hubungan positif antara variabel

independen dengan variabel dependen. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan disimpulkan bahwa *super ego motives* berpengaruh positif terhadap permintaan wajib pajak atas jasa konsultan pajak di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya. Ini berarti, peningkatan *super ego motives* menyebabkan peningkatan permintaan wajib pajak atas jasa konsultan pajak di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya, begitupun sebaliknya.

Dari hasil uji t dan nilai rata-rata pada tabel 2, dapat diinterpretasikan bahwa tingginya *super ego motives* yang dimiliki oleh wajib pajak menyebabkan permintaan wajib pajak tersebut atas jasa konsultan pajak juga tinggi. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh beberapa pandangan dan pola pikir yang diungkapkan oleh responden tentang *super ego motives* mereka yang tinggi yang mempengaruhi permintaan atas jasa konsultan pajak, antara lain:

- a. Berbagai macam pajak harus ditanggung oleh responden mulai dari PPN, PPh, pajak daerah dan lain-lain, maka dari itu responden mencoba untuk meminimalkan pembayaran tersebut. Sebagai contoh Tuan "A" yang memiliki usaha dagang dibidang alat-alat elektronik harus menanggung pembayaran PPN, PBB, PPh final 1%, pajak reklame, dan pajak kendaraan bermotor. Tuan "A" menyewa jasa konsultan agar konsultan pajak membantunya dalam meminimalkan pembayaran pajak-pajak tersebut.
- b. Tuan "A", Tuan "B" seorang responden yang memiliki usaha bengkel, Tuan "F" yang memiliki usaha dagang alat-alat listrik dan Nyonya "G" yang memiliki usaha dagang bahan-bahan makanan, ingin keuntungan yang diperoleh dari usahanya tidak habis untuk membayar pajak sebab ia ingin

mengembangkan usaha atau membuka beberapa cabang.

- c. Tuan "A" dan Tuan "D" yang memiliki usaha dagang perlengkapan bangunan, sering kali lupa atau telat melakukan pembayaran atau pelaporan pajak. Sanksi tersebut terkadang cukup besar dan menyebabkan pengeluaran yang lebih besar dibandingkan pembayaran untuk menggunakan jasa konsultan pajak. Dengan menggunakan konsultan pajak, penghematan sanksi perpajakan tersebut dapat menjadi tambahan modal bagi usaha responden.

Uji t antara pelayanan aparat pajak terhadap permintaan wajib pajak atas jasa konsultan pajak menghasilkan nilai signifikansi hitung $(0,033) < (0,05)$. Selain itu, nilai t hitung $(2,164) >$ nilai t tabel $(1,985)$. Tanda negatif pada nilai t (lihat tabel 6) menunjukkan hubungan negatif antara variabel independen dengan variabel dependen. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan disimpulkan pelayanan aparat pajak berpengaruh negatif terhadap permintaan wajib pajak atas jasa konsultan pajak di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya. Ini berarti, peningkatan pelayanan aparat pajak menyebabkan penurunan permintaan wajib pajak atas jasa konsultan pajak di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya, begitupun sebaliknya.

Dari hasil uji t dan nilai rata-rata pada tabel 2, dapat diinterpretasikan bahwa pelayanan yang diberikan aparat pajak kepada wajib pajak masih tergolong kurang memuaskan sehingga permintaan wajib pajak atas jasa konsultan pajak menjadi tinggi. Berdasarkan hasil wawancara didapat beberapa pandangan dan pola pikir yang diungkapkan oleh responden tentang kurang memuaskannya pelayanan aparat pajak yang mempengaruhi permintaan atas jasa konsultan pajak, antara lain:

- a. Tuan "B" masih belum dapat percaya dengan aparat pajak. Beliau berpikir bahwa aparat pajak tidak membantu menyelesaikan masalah tetapi sebaliknya, yaitu mencari-cari kesalahan responden sehingga pajak yang harus dibayar semakin tinggi.
- b. Menurut Tuan "E", pelayanan aparat pajak tidak akan bisa baik bila pemerintah dan pegawai pajak sendiri belum bersih dari korupsi.
- c. Menurut Nyonya "H", peningkatan pelayanan sudah ada, namun masih belum mencapai ekspektasi responden.
- d. Tuan "A", Tuan "B", Tuan "C" mendapatkan pelayanan yang kurang berkenan seperti tidak memperoleh jawaban yang pasti dan detil atas pertanyaan seputar pajak yang diajukan.
- e. Menurut Tuan "E" dan Nyonya "H", banyak media komunikasi yang telah digunakan KPP untuk menunjang pelayanannya tetapi itu saja tidak cukup. Mereka membutuhkan penjelasan lebih lanjut atas informasi tersebut.

Uji t antara peran sebagai wakil wajib pajak terhadap permintaan wajib pajak atas jasa konsultan pajak menghasilkan nilai signifikansi hitung $(0,014) < \text{nilai } (0,05)$. Selain itu, nilai t hitung $(2,497) > \text{nilai } t \text{ tabel } (1,985)$. Nilai t hitung yang positif menunjukkan hubungan positif antara variabel independen dengan variabel dependen. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan disimpulkan bahwa peran sebagai wakil wajib pajak berpengaruh positif terhadap permintaan wajib pajak atas jasa konsultan pajak di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya. Ini berarti, peningkatan peran sebagai wakil wajib pajak menyebabkan peningkatan permintaan wajib pajak atas jasa konsultan pajak di wilayah KPP Mulyorejo, Surabaya, begitupun sebaliknya.

Dari hasil uji t dan nilai rata-rata pada tabel 2, dapat diinterpretasikan bahwa tingginya peran konsultan pajak sebagai wakil dari wajib pajak menyebabkan permintaan wajib pajak atas jasa konsultan pajak juga tinggi. Semakin sering seorang wajib pajak melimpahkan tugasnya kepada wakilnya, konsultan pajak, maka semakin tinggi peran konsultan tersebut sehingga permintaan atas jasa konsultan pajak turut semakin tinggi. Berdasarkan hasil wawancara didapat beberapa pandangan dan pola pikir yang diungkapkan oleh responden tentang tingginya peran konsultan pajak sebagai wakil wajib pajak yang mempengaruhi permintaan atas jasa konsultan pajak, antara lain:

- a. Tuan "F" yang pernah memperoleh mata kuliah perpajakan saat kuliah, mampu menghitung pajak dan melaporkan SPT sendiri tetapi beliau tidak memiliki cukup waktu untuk melakukan itu semua. Beliau berpikir bahwa mengurus pajak akan menyita banyak waktu, jadi lebih baik beliau menggunakan waktunya untuk menyelesaikan pekerjaan lainnya.
- b. Tuan "F" dan Nyonya "G" lebih rela mengeluarkan uang beberapa ratus ribu rupiah untuk menggunakan konsultan pajak sebab mereka tidak mau ambil pusing untuk mengurus kewajibannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa: 1) Pada pengujian asumsi klasik dapat disimpulkan bahwa model regresi telah bebas dari masalah multikolinieritas dan heteroskedastisitas serta telah memenuhi syarat asumsi normalitas dan linearitas. 2) Berdasarkan hasil koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 63,2% berarti permintaan wajib pajak orang pribadi

atas jasa konsultan pajak dapat dijelaskan oleh variabel persepsi wajib pajak atas pengetahuan perpajakan, *super ego motives*, pelayanan aparat pajak dan peran sebagai wakil wajib pajak. Sedangkan sisanya 36,8% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain. 3) Dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa dari uji simultan (uji F) diperoleh hasil persepsi wajib pajak atas pengetahuan perpajakan, *super ego motives*, pelayanan aparat pajak dan peran sebagai wakil wajib pajak secara simultan berpengaruh signifikan terhadap permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak. 4) Dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa dari uji parsial (uji t) diperoleh hasil persepsi wajib pajak atas pengetahuan perpajakan, *super ego motives*, pelayanan aparat pajak dan peran sebagai wakil wajib pajak secara parsial berpengaruh signifikan terhadap permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak.

Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil dari pembahasan dan kesimpulan yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa saran seperti:

- a. Menambahkan variabel-variabel independen agar model regresi dapat dijelaskan dengan lebih lengkap. Variabel independen yang mungkin dapat ditambahkan untuk penelitian selanjutnya seperti pendapatan wajib pajak, regulasi pemerintah, *psychological effect* seperti rasa aman dan nyaman atau kepatuhan wajib pajak.
- b. Menambahkan jumlah sampel agar data penelitian selanjutnya lebih representatif

Cahyono, K. B. (2008). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Wajib Pajak Menggunakan Jasa Konsultan Pajak: Studi Persepsi Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi Pada KPP Cirebon di Kota Cirebon. Tesis. Universitas Gadjah Mada.

Celliah, J., & Davis, D. (2011). What Clients Really Want from Management Consultants: Evidence from Australia. *Journal of International Management Studies*, vol.6, no.1, 22-30.

Czerniawska, F. (2002). *Consulting on the Brink: The Implication of Enron for the Consulting Industry*. London: Arkimeda.

Fuad, C. H. (2006). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Heller, F. (2002), "What Next? More Critique of Consultants, Gurus and Managers", in *Critical Consulting*, T. Clark and R. Fincham. (Eds), Blackwell Publishers, Oxford, pp. 260-71.

Irawan, & Wijaya. (1996). *Pemasaran 2000*. Jakarta: BPFE Anggota IKAPI.

Jubilee Enterprise. (2010). *30 Bisnis Berbasis Ide bagi Siapa pun*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Kakabadse, N. K., Louchart, E., & Kakabadse, A. (2006). Consultant's Role: A Qualitative Inquiry from the Consultant's Perspective. *Journal of Management Development*, vol.25, no.5, 416-500.

Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 1*. Jakarta: PT. Prenhalindo.

DAFTAR PUSTAKA

- Management Consultancies Association. (2010). *The Value of Consulting: An Analysis of The Tangible Benefits of Using Management Consultancy*. London: Management Consultancies Association
- Rahman, A. (2010). Perencanaan Pajak, Perlukah? Kajian Praktis Menuju Administrasi Perpajakan Yang Efisien. *Jurnal Ilmu Administrasi, vol.VII, no.2* , 75-85.
- Robb, D. (2006). Principles and Value-Based Consulting.
- Sudarmanto, R. G. (2013). *Statistika Terapan Berbasis Komputer Dengan Program IBM SPSS Statistic 19*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Taslim, D. (2007, Oktober 26). *Tax Specialist Sebagai Suatu Profesi?* Diakses pada 7 April 2014, dari Ortax:<http://www.ortax.org/ortax/?mod=issue&page=show&id=9>
- Tjiptono, F. (2002). *Manajemen Jasa Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi.
- Widayati, & Nurlis. (2010). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Untuk Membayar Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Pekerjaan Bebas Pada KPP Pratama Gambir Tiga. *Makalah Simposium Nasional Akuntansi 13*.
- Yuhertiana, I., & Sofyan, D. A. (2010). Analisis Perbedaan Kinerja Keuangan Pada Koperasi Mandiri di Kabupaten Banyuwangi Atas Jasa Kantor Akuntan Publik. *e-journal UPN Veteran*.