

Pengaruh *tax equity* terhadap *tax compliance* melalui *trust in government* (*The effect of tax equity on tax compliance through trust in government*)

Viona Margaretha¹, Friska Olivia Chandra², Meco Sitardja³

Universitas Agung Podomoro^{1,2,3}

vvmargareth@gmail.com¹, friskaoliviachandra@gmail.com², meco.sitardja@podomorouniversity.ac.id³



Riwayat Artikel

Diterima pada 7 November 2019

Revisi 1 pada 27 November 2019

Revisi 2 pada 18 Desember 2019

Revisi 3 pada 13 Januari 2020

Revisi 4 pada 14 Januari 2020

Revisi 5 pada 15 Januari 2020

Disetujui pada 15 Januari 2020

Abstract

Purpose: This research aims to examine the effect of tax equity on tax compliance through trust in government.

Research methodology: 102 respondents of Podomoro University students and Central Park Mall Visitors with purposive sampling and SEM-PLS method..

Results: This result indicate that tax equity have a positive effect on trust in government and tax compliance. Last, trust in government have a positive effect on tax compliance.

Limitations: This research was only assessed based on personal taxpayer' perspectives.

Contribution: This research shows level of taxpayer' trust become main indicator for tax compliance.

Keywords: *Tax awareness, Tax identity, Exchange fairness, Trust in government, Tax compliance*

How to cite: Margaretha, Viona., Chandra, F. O., & Sitardja, Meco. (2020). Pengaruh *tax equity* terhadap *tax compliance* melalui *trust in government*. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 1(3), 155-168.

1. Pendahuluan

Ekonom senior *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF) mengatakan bahwa tingkat penerimaan pajak masih rendah di Indonesia (Aviliani, 2019). Hal ini terbukti karena realisasi tingkat kepatuhan formal tahun 2017 tercatat 72,64% dan di tahun 2018 tercatat 71% (DJP, 2019). Realisasi rasio pajak cukup rendah sehingga berimplikasi terhadap perekonomian Indonesia yaitu pajak belum mampu memainkan peran dalam mengefektifkan program defisit belanja dimana rasio pajak pada tahun 2016 sebesar 10,8%; tahun 2017 sebesar 10,7%; dan tahun 2018 sebesar 11,5% (Pajak, 2018).

Beberapa faktor yang menyebabkan rendahnya kepatuhan wajib pajak antara lain ketidakpuasan masyarakat terhadap pelayanan publik, pembangunan infrastruktur yang tidak merata, dan banyaknya kasus korupsi yang dilakukan pejabat tinggi. Dalam sesi tanya jawab pada beberapa kegiatan sosialisasi perpajakan yang dilakukan, salah satu penyebabnya adalah masyarakat kurang merasakan manfaat dari pajak yang telah dibayar, misalnya masih banyaknya jalan yang rusak dan sarana publik yang tidak memadai serta kasus korupsi yang kerap mendera pejabat eksekutif pemerintahan baik pusat ataupun daerah (Pajak, 2019).

Dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat, DJP melakukan upaya peningkatan kinerja. DJP melakukan berbagai upaya seperti memperbaiki proses bisnis dan IT, penataan organisasi, pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM), pemutakhiran basis data, dan perbaikan regulasi. Tingkat kepuasan yang tinggi otomatis dapat meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap DJP. Kepercayaan masyarakat merupakan modal utama meningkatkan kepatuhan wajib pajak (KlikPajak, 2019).

Penelitian ini menganalisa: 1) pengaruh *tax awareness*, *tax identity* dan *exchange fairness* terhadap *trust in government*; dan 2) pengaruh *trust in government* terhadap *tax compliance*. Kebaruan penelitian ini adalah menganalisa perseptif wajib pajak terhadap dimensi *tax equity* Direktorat Jenderal Pajak. *Tax equity* merupakan variabel baru yang mencerminkan nilai citra institusi pajak di dalam konsep wajib pajak (Aaker, 1991; Keller, 1993).

2. Tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis

Menurut teori agensi, wajib pajak selaku prinsipal memberikan kepercayaan pengelolaan penerimaan pajak terhadap pemerintah dalam hal ini Dirjen Pajak selaku agen, yang bertanggung jawab dalam pengumpulan penerimaan pajak. Untuk meningkatkan kepercayaan dari prinsipal, maka dirjen pajak selaku agen perlu meningkatkan integritasnya sebagai institusi yang profesional sehingga proses pengumpulan pajak menjadi transparan dan benar. Menurut teori legitimasi, integritas dirjen pajak dapat ditingkatkan melalui melegitimasi citra institusinya seperti modernisasi sistem perpajakan sehingga sesuai dengan harapan dari wajib pajak.

Tax Equity adalah nilai citra institusi pajak di dalam konsep wajib pajak atau efek diferensial yang diberikan oleh kesadaran citra pada respon wajib pajak terhadap citra institusi pajak (Aaker, 1991; Keller, 1993). *Tax Equity* terdiri dari *tax awareness*, *tax loyalty*, *tax association*, *tax identity* dan *tax perceived value* (yang dikenal *exchange fairness*). Di dalam penelitian ini, dimensi dari *tax equity* yang memungkinkan diteliti adalah *tax awareness*, *tax identity* dan *tax perceived value* (yang dikenal *exchange fairness*). Hal ini karena *tax loyalty* tidak mungkin diteliti karena institusi pajak hanya ada satu yaitu Dirjen Pajak sehingga tidak relevan dalam penelitian ini. Selain itu, *tax association* tidak mungkin diteliti karena merupakan atribut dari pajak seperti PPN, PPN-BM, PBB, PPh, dan lain-lain dimana dalam penelitian ini kami hanya meneliti pajak penghasilan dari para responden sehingga tidak relevan dalam penelitian ini.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan diatas, maka dirumuskan beberapa hipotesis yang menganalisis keterkaitan antara *Tax Equity*, *Trust in Government* dan *Tax Compliance*.

2.1 Pengaruh *tax awareness* terhadap *trust in government*

Brand awareness merupakan suatu pengenalan merek konsumen dan memiliki dampak positif terhadap pengambilan keputusan konsumen (Aaker, 1991; Macdonald & Sharp, 2000). Dengan kata lain, *tax awareness* merupakan suatu pengenalan kewajiban wajib pajak terhadap pajak dan memiliki dampak positif terhadap pengambilan keputusan wajib pajak. Hal ini berarti wajib pajak mengetahui adanya kewajiban untuk membayar pajak dan diikuti dengan sikap yang mendukung dalam pelaksanaan pembayaran pajak.

Brand awareness terbukti berpengaruh terhadap *brand trust*. Dengan kata lain, faktor *awareness* terhadap suatu brand akan meningkatkan kepercayaan terhadap brand tersebut. Hal ini pun berlaku pada perihal pajak, dimana kesadaran terhadap pajak akan mendorong tingkat kepercayaan terhadap institusi pajak selaku institusi penerimaan pajak (Mudzakkir & Nurfarida, 2015).

H1: *Tax awareness* berpengaruh secara positif terhadap *trust in government*

2.2 Pengaruh *tax identity* terhadap *trust in government*

Corporate identity merupakan total dari *visual* dan *non visual* yang diimplementasikan oleh perusahaan untuk mempresentasikan dirinya kepada kelompok target yang relevan pada basis perencanaan identitas perusahaan (Balmer & Wilson, 1998). Identitas merupakan *powerful tools* untuk mempengaruhi konten strategi dengan menyediakan sistem komunikasi terhadap para pemangku perusahaan (He & Balmer, 2005). Hal ini berlaku pula pada pajak dimana *Tax identity* adalah total dari *visual* dan *non visual* yang diimplementasikan oleh institusi pajak untuk mempresentasikan dirinya kepada wajib pajak dimana digunakan sebagai alat komunikasi untuk mempengaruhi wajib pajak dalam hal kepatuhan pajak.

Corporate identity terbukti berpengaruh secara tidak langsung terhadap *trust* melalui *controlled corporate brand communication* (Melewar, 2003). Hal ini diperkuat oleh (TheDrum, 2018), yang menyatakan bahwa *visual* identitas dapat meningkatkan *trust* terhadap konsumen. Hal ini juga berlaku dengan pajak dimana *tax identity* memiliki pengaruh dalam meningkatkan kepercayaan wajib pajak.

H2: *Tax identity* berpengaruh secara positif terhadap *trust in government*

2.3 Pengaruh *exchange fairness* terhadap *trust in government*

Keadilan timbal balik (*Exchange Fairness*) berhubungan dengan manfaat yang diterima oleh pemerintah sebagai imbalan atas pajak penghasilan yang dibayar. Keadilan timbal balik akan mengukur timbal balik atas kontribusi dan manfaat yang didapatkan di antara wajib pajak dan pemerintah. Keadilan ini menjabarkan bahwa seorang wajib pajak akan merasa adil jika manfaat yang diberikan pemerintah sebanding dengan kontribusi pajak yang telah dibayar (Gerbing, 1988; Gilligan & Richardson, 2005; Saad, 2009).

Keadilan pajak terbukti berpengaruh positif terhadap *trust in government* dalam dimensi *general fairness* dan *exchange fairness* (Sitardja & Dwimulyani, 2016). Hal ini menyatakan bahwa semakin layak ataupun semakin masyarakat sejahtera dan hidup nyaman dengan fasilitas yang disediakan pemerintah terkait kepentingan publik, maka sistem pajak yang ada sudah adil dan timbal balik pemerintah sudah sampai pada tahap maksimal, tetapi jika masyarakat belum merasa puas bahkan selalu melakukan protes atas ketidaknyamanan mereka atas penyediaan kebutuhan publik, maka keadilan timbal balik yang sekarang ini belum tercapai, maka akan berpengaruh secara langsung terhadap perilaku kepatuhan pajak mereka.

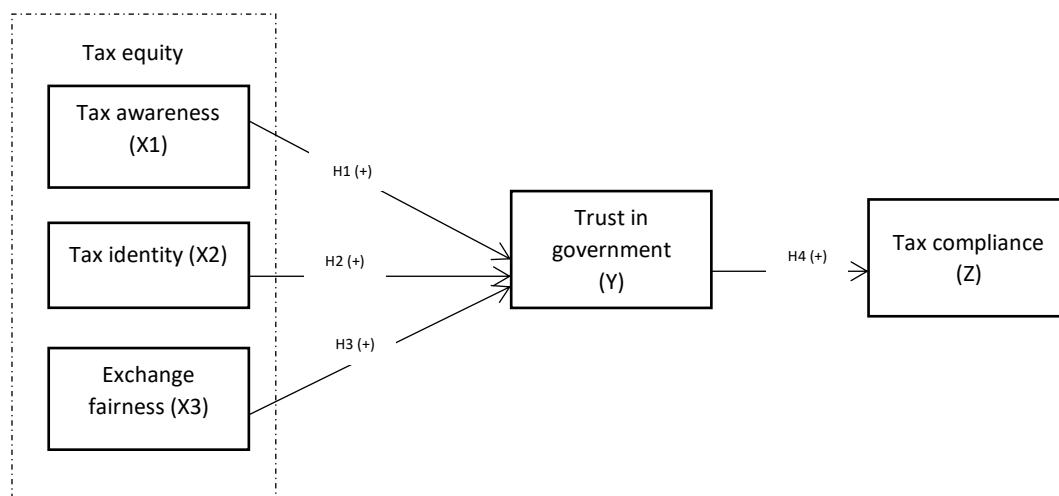
H3: *Exchange fairness* berpengaruh secara positif terhadap *trust in government*

2.4 Pengaruh *trust in government* terhadap *tax compliance*

Trust-as-heuristic theory menjelaskan hubungan penurunan *trust* terhadap dukungan individual terhadap kebijakan pemerintah. Teori ini juga menjabarkan bahwa individu akan menentukan pola keputusan untuk memilih mendukung aktivitas pemerintah (Hetherington, 2005) dalam (Jimenez & Iyer, 2016). Ini berarti bahwa ketika individu menganggap pemerintah dapat dipercaya, maka mereka akan mendukung aktivitas pemerintah dan sebaliknya. Kepercayaan kepada pemerintah juga memiliki konsekuensi yang positif dimana salah satunya adalah peningkatan kepercayaan wajib pajak. (Torgler, 2007) dalam (Jimenez & Iyer, 2016) menyatakan bahwa hubungan antara wajib pajak dan pemerintah dapat dibentuk melalui kepercayaan kepada pemerintah dimana akan berdampak kepada kepatuhan pajak secara sukarela.

Kepercayaan kepada pemerintah memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak (Benk & Budak, 2012; Jackson, Milliron, & Troy, 1986; Levi, 1998; Mayer & Schoorman, 1995). Dengan kata lain, *trust* menjadi kunci sukses bagi instansi pajak untuk mencapai kepatuhan pajak. *Trust* akan mendorong sikap positif terhadap instansi pajak sehingga berdampak kepada kepatuhan pajak secara sukarela (Siahaan, 2012; Sitardja & Dwimulyani, 2016).

H4: *Trust in government* berpengaruh secara positif terhadap *tax compliance*



Gambar 1
Rerangka konseptual

3. Metode penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengujian hipotesis antara variabel penelitian. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Podomoro University dan Pengunjung mall Central Park dimana unit analisis adalah individu. Time horizon dalam penelitian ini menggunakan *cross sectional* yaitu tahun 2019. Pemilihan sampel menggunakan *convenience sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dijabarkan di bawah ini:

Tabel 1
Pengukuran Variabel

Fungsi variabel	Variabel penelitian	Skala	Referensi
Dependen	Kepatuhan pajak	Ordinal	Jackson <i>et al.</i> (1986); Sitardja dan Dwimulyani (2016)
Independen	<i>Tax awareness</i>	Ordinal	dikembangkan
	<i>Tax identity</i>	Ordinal	dikembangkan
	<i>Exchange fairness</i>	Ordinal	Saad (2009); Sitardja dan Dwimulyani (2016)
Intervening	<i>Trust in government</i>	Ordinal	Mayer <i>et al.</i> (1995); Benk and Budak (2012); Sitardja dan Dwimulyani (2016)

Sumber : dikembangkan dalam penelitian

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan model SEM (*Structural Equation Modeling*) atau model persamaan struktural dengan program SmartPLS 2.0 (*Partial Least Square*).

Berikut ini adalah model persamaan penelitian:

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \alpha_3 X_3 + \varepsilon \dots\dots\dots 1.1$$

$$Z = \alpha_0 + \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \alpha_3 X_3 + \alpha_3 Y + \varepsilon \dots\dots\dots 1.2$$

Keterangan:

α_{0-3} = Koefisien

X_1 = *Tax Awareness*

X_2 = *Tax Identity*

X_3 = *Exchange Fairness*

Y = *Trust in Government*

Z = *Tax Compliance*

ε = estimasi kesalahan

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data/Objek Penelitian

Unit analisis dalam penelitian ini adalah mahasiswa Podomoro University dan pengunjung Mal Central Park pada tahun 2019. Total sampel adalah 102 individu. Berikut ini adalah karakteristik responden:

Tabel 2

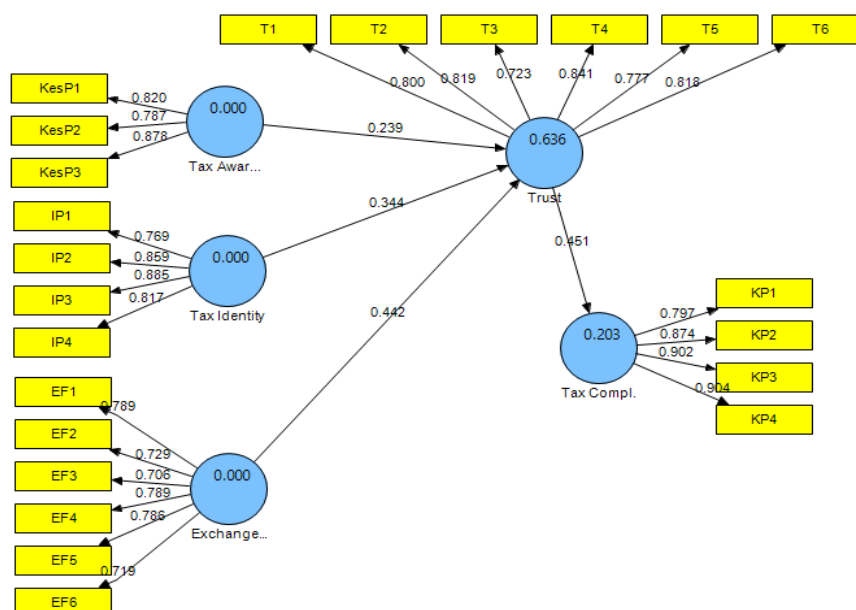
Karakteristik Responden

No	Karakteristik responden	Jumlah (perusahaan)	Persentase (%)
1	Umur		
	18 – 26 tahun	73	71,6
	27 – 35 tahun	19	18,6
	36 – 44 tahun	5	4,9
	45 – 53 tahun	3	2,9
	≥ 54 tahun	2	2,0
2	Jenis kelamin		
	Pria	41	40,2
	Wanita	61	59,8
3	Posisi pekerjaan		
	Mahasiswa	58	56,9
	Staff	28	27,4
	Manajer	1	0,9
	Pengusaha	9	8,8
	Swasta	3	2,9
	Ibu rumah tangga	1	0,9
	Konsultan pajak	2	2,2
4	Pendapatan		
	<2,5	41	40,2
	2,5-5	30	29,4
	5-10	15	14,7
	10-20	8	7,8
	>20	8	7,9
5	Npwp		
	Ada	42	41,1
	Tidak ada	60	58,9
6	Domisili		
	Jakarta Barat	68	66,6
	Jakarta Pusat	4	3,9
	Jakarta Utara	16	15,6
	Jakarta Timur	4	3,9
	Jakarta Selatan	3	2,9
	Bekasi	0	0
	Bogor	1	0,9
	Tangerang	3	2,9
	Pontianak	1	0,9
	Tangerang Selatan	1	0,9
	Cibubur	1	1,5
7	Jumlah bayar pajak		
	Tidak pernah	56	54,9
	1 – 5 kali	34	33,3
	6 – 10 kali	1	0,9
	>10 kali	7	10,9

Sumber : Data primer olahan (2019)

4.2 Model pengukuran (outer model)

Analisa *outer model* dilakukan untuk memastikan bahwa pengukuran yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Berikut disajikan evaluasi hasil model dalam penelitian ini:



Gambar 2
Model pengukuran (*Outer Model*)

Uji yang dilakukan pada *outer model* adalah sebagai berikut:

1. Validitas konvergen

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Validitas konvergen terjadi jika skor yang diperoleh dari dua instrumen yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi (Jogiyanto, 2008b). Nilai yang diharapkan dalam uji berikut adalah >0.6 . Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa semua nilai *loading factor* dari setiap variabel laten sudah berada di atas 0.6. Selain dilihat dari *loading factor*, validitas konvergen juga dapat dilihat dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai AVE yang diharapkan adalah lebih besar dari 0.5.

Tabel 3
Penyajian Hasil *convergen validity*

	Ave
<i>Exchange fairness</i>	0.568129
<i>Tax awareness</i>	0.687502
<i>Tax compliance</i>	0.757428
<i>Tax identity</i>	0.695301
<i>Trust in government</i>	0.635372

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SmartPLS 2.0

Pada penelitian ini, nilai AVE masing-masing variabel berada diatas 0.5. Oleh karena itu, tidak terdapat permasalahan dalam validitas konvergen pada model yang diuji.

2. Validitas diskriminan

Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Validitas diskriminan terjadi jika dua instrumen yang berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi (Jogiyanto, 2008a). Validitas diskriminan dinilai dengan membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika

akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model (W.W. Chin, Gopal, & Salinsbury, 1997).

Tabel 4
Penyajian Hasil *discriminant validity*

<i>Latents</i>	TA	TI	EF	TG	TC	Akar kuadrat AVE	Hasil pengujian
<i>Tax awareness (TA)</i>	1.000			0.598	0.426	0.829	Valid
<i>Tax identity (TI)</i>	0.612	1.000				0.834	Valid
<i>Exchange fairness (EF)</i>	0.334	0.308	1.000	0.628	0.353	0.753	Valid
<i>Trust in government (TG)</i>		0.626		1.000		0.797	Valid
<i>Tax compliance (TC)</i>		0.414		0.451	1.000	0.870	Valid

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SmartPLS 2.0

Variabel dikatakan valid apabila nilai akar kuadrat AVE dari masing-masing item terdapat konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk. Dari hasil analisa dapat dilihat bahwa tidak terdapat permasalahan pada variabel *tax awareness*, *tax identity*, *exchange fairness*, *trust in government* dan *tax compliance* akan tetapi terdapat permasalahan pada variabel profitabilitas.

3. Uji reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pengertian instrumen dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data karena instrumen sudah baik. Uji reliabilitas dimaksudkan mengukur tingkat konsistensi instrumen yang digunakan. Reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran (Jogiyanto, 2008a). Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan indikator *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Untuk kedua indikator tersebut titik *cut-off* adalah 0.6 untuk *Cronbach's Alpha* dan 0.7 untuk *Composite Reliability*. Dapat dilihat pada tabel 4.2.1 diatas bahwa indikator *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* sudah memenuhi syarat.

Tabel 5
Penyajian Hasil *construct reliability*

	Cronbachs alpha	Composite reliability
<i>Exchange fairness</i>	0.848188	0.887329
<i>Tax awareness</i>	0.771598	0.868189
<i>Tax compliance</i>	0.892399	0.925698
<i>Tax identity</i>	0.853947	0.901015
<i>Trust in government</i>	0.885193	0.912520

Dari hasil analisa diatas, maka disimpulkan bahwa variabel *tax awareness*, *tax identity*, *exchange fairness*, *trust in government* dan *tax compliance* terbukti *reliable*.

4.3 Model struktural (*Inner model*)

Analisa *inner model* (model struktural) dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun akurat. Evaluasi *inner model* dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu dengan melihat dari R^2 , Q^2 , dan GoF.

1. R-Square (R^2)

Nilai *R-square* sebesar 0.67 (kuat), 0.33 (moderat), 0.19 (lemah) (Wynne W. Chin, 1998; Ghazali & Latan, 2015).

Tabel 6
Penyajian hasil *R-Square*

	R Square
<i>Tax compliance</i>	0.203178
<i>Trust in government</i>	0.636427

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SmartPLS 3.0

Tabel diatas menunjukkan bahwa *tax awareness*, *tax identity* dan *exchange fairness* mampu menjelaskan variasi pada *trust in government* sebesar 63.6% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Hal tersebut menunjukkan bahwa koefisien determinasi model moderat.

2. *Q-Square*

Uji ini dilakukan untuk mengetahui kapabilitas prediksi dengan prosedur *blinfoling*. Apabila nilai yang didapatkan 0.02 (kecil), 0.15 (sedang), 0.35 (besar). Uji *q-square* hanya dapat dilakukan untuk konstruk endogen dengan indikator reflektif. Rumus menghitung Q^2 adalah sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2) \dots$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0.636)(1 - 0.203)$$

$$Q^2 = 0.709$$

Nilai tersebut mengartikan bahwa kapabilitas prediksi model ini besar.

3. *Goodness of fit* (GoF)

Uji ini dipergunakan untuk mengetahui kesesuaian model. Dalam GoF apabila nilai yang didapatkan 0.1 (rendah), 0.25 (sedang), 0.36 (tinggi). rumus untuk menghitung GoF adalah sebagai berikut:

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

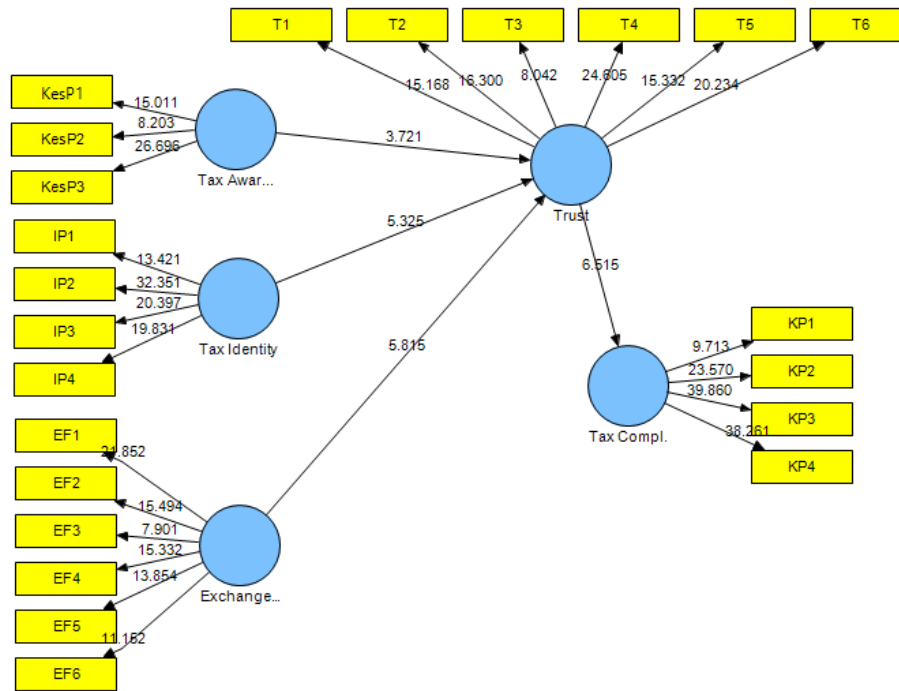
$$GoF = \sqrt{\frac{0.68 + 0.69 + 0.57 + 0.64 + 0.76}{5} \times \frac{0.636 + 0.203}{2}}$$

$$GoF = \sqrt{0.668 \times 0.419}$$

$$GoF = 0.529$$

Nilai tersebut berada di tingkat tinggi, sehingga model ini dapat dikatakan baik untuk memprediksi. Oleh sebab itu pengujian hipotesa dapat dilakukan.

4.4 Uji hipotesis



Gambar 3

Hasil uji hipotesis

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SmartPLS 2.0

Uji hipotesis *one-tailed* dilakukan dengan melihat hasil nilai *t* pada tingkat kepercayaan 95% (tingkat signifikansi sebesar 0.5%) dan *path coefficient* (Beta) dari tiap hubungan antar variabel yang dihipotesiskan. Hipotesis *one-tailed* dinyatakan signifikan apabila *T-statistik* > 1.64 (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2009). Selain itu, hipotesis ini memiliki nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0.003 (< 0.025 untuk *one-tailed*).

Tabel 7

Penyajian Hasil Total Effects

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T Statistics (O/STERR)
Exchange fairness -> Tax compliance	0.199366	0.198869	0.044254	4.505035
Exchange fairness -> Trust in government	0.442297	0.430426	0.076068	5.814523
Tax awareness -> Tax compliance	0.107880	0.110221	0.036024	2.994705
Tax awareness -> Trust in government	0.239333	0.236513	0.064324	3.720763
Tax identity -> Tax compliance	0.155049	0.167125	0.041478	3.738064
Tax identity -> Trust in government	0.343979	0.360221	0.064592	5.325366
Trust in government -> Tax compliance	0.450752	0.462227	0.069188	6.514918

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SmartPLS 2.0

Dapat dilihat dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh *tax awareness* terhadap *trust in government*
Dari tabel diatas nilai t-statistik untuk pengujian *tax awareness* terhadap *trust in government* menunjukkan nilai 3.72 dimana nilai t-statistik lebih kecil dari 1.64, sehingga dapat disimpulkan H_1 diterima. Penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mudzakkir dan Nurfarida (2015).
2. Pengaruh *tax identity* terhadap *trust in government*
Dari tabel diatas nilai t-statistik untuk pengujian *tax identity* terhadap *trust in government* menunjukkan nilai 3.74 dimana nilai t-statistik lebih kecil dari 1.64, sehingga dapat disimpulkan H_2 diterima. Penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Melewar, et al (2017).
3. Pengaruh *exchange fairness* terhadap *trust in government*
Dari tabel diatas nilai t-statistik untuk pengujian *exchange fairness* terhadap *trust in government* menunjukkan nilai 5.81 dimana nilai t-statistik lebih kecil dari 1.64, sehingga dapat disimpulkan H_3 diterima. Penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sitardja dan Dwimulyani (2016).
4. Pengaruh *trust in government* terhadap *tax compliance*
Dari tabel diatas nilai t-statistik untuk pengujian *trust in government* terhadap *tax compliance* menunjukkan nilai 6.51 dimana nilai t-statistik lebih kecil dari 1.64, sehingga dapat disimpulkan H_4 diterima. Penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Siahaan (2012) dan Sitardja dan Dwimulyani (2016).
5. Pengaruh *tax awareness*, *tax identity* dan *exchange fairness* terhadap *tax compliance* melalui *trust in government* secara tidak langsung
Dari tabel diatas nilai t-statistik untuk pengujian *tax awareness*, *tax identity* dan *exchange fairness* terhadap *tax compliance* melalui *trust in government* menunjukkan nilai t-statistik diatas 1.64, sehingga dapat disimpulkan ada pengaruh secara tidak langsung terhadap *tax compliance*.

4.5 Uji robustness

Uji *robustness* dilakukan untuk menguji apakah hasil analisis di atas konsisten dan berlaku pada sub-sampel dengan karakteristik homogen. Uji *robustness* dilakukan pada dua kategori yaitu responden yang memiliki NPWP sebanyak 40 orang dan yang tidak memiliki NPWP sebanyak 62 orang. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa:

Tabel 8
Penyajian hasil uji *robustness*

	Kategori NPWP		Kategori non NPWP	
	Original Sample (O)	T Statistics (O/STERR)	Original Sample (O)	T Statistics (O/STERR)
Exchange fairness -> Tax compliance	0.094687	2.695331	0.263905	4.705740
Exchange fairness -> Trust in government	0.208455	3.627911	0.555820	6.188060
Tax awareness -> Tax compliance	0.175954	3.358989	0.049758	1.201413
Tax awareness -> Trust in government	0.387367	6.345115	0.104797	1.340097
Tax identity -> Tax compliance	0.205033	3.326976	0.163883	3.967151

<i>Tax identity -> Trust in government</i>	0.451386	9.532666	0.345159	5.134570
<i>Trust in government -> Tax compliance</i>	0.454231	3.662933	0.474803	6.510807

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SmartPLS 2.0

Dapat dilihat dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh *Tax Awareness* terhadap *Trust in Government*
Dari tabel diatas diketahui bahwa kategori NPWP ($6.34 > 1.64$) lebih sadar terhadap pajak dibandingkan dengan kategori non NPWP ($1.34 < 1.64$). Karena responden kategori NPWP sudah memiliki kewajiban terhadap pajak sehingga mereka rutin melakukan pembayaran pajak.
2. Pengaruh *Tax Identity* terhadap *Trust in Government*
Dari tabel diatas diketahui bahwa kategori NPWP ($9.53 > 1.64$) dan kategori non NPWP ($5.13 > 1.64$) terbukti bahwa *tax identity* berpengaruh positif terhadap *trust in government*. Karena adanya sosialisasi perpajakan yang dilakukan pada semua level usia seperti pajak *goescampus* untuk mahasiswa dan sosialisasi di perusahaan.
3. Pengaruh *Exchange Fairness* terhadap *Trust in Government*
Dari tabel diatas diketahui bahwa kategori NPWP ($3.63 > 1.64$) dan kategori non NPWP ($6.18 > 1.64$) terbukti bahwa *exchange fairness* berpengaruh positif terhadap *trust in government*. Dari hasil empiris ditemukan bahwa kategori non NPWP lebih signifikan daripada kategori NPWP. Hal ini karena banyak manfaat pajak yang diterima pada kategori non NPWP seperti Kartu Jakarta Pintar, Beasiswa Dikti, dan lain-lain.
4. Pengaruh *Trust in Government* terhadap *Tax Compliance*
Dari tabel diatas diketahui bahwa kategori NPWP ($3.66 > 1.64$) dan kategori non NPWP ($6.51 > 1.64$) terbukti bahwa *trust in government* berpengaruh positif terhadap *tax compliance*. Dari hasil empiris ditemukan bahwa kategori non NPWP lebih signifikan daripada kategori NPWP. Hal ini karena banyaknya pembangunan yang dirasakan dalam beberapa tahun ini oleh kategori non NPWP yang berasal dari hasil pungutan pajak seperti pembangunan infrastruktur, LRT, MRT dan renovasi transportasi publik. Hasil kinerja pemerintah inilah yang meningkatkan kepercayaan kategori non NPWP terhadap pemerintah dibandingkan dengan kategori NPWP.
6. Pengaruh *Tax Awareness*, *Tax Identity* dan *Exchange Fairness* terhadap *Tax Compliance* melalui *Trust in Government* secara tidak langsung
Dari tabel diatas ditemukan bahwa ada pengaruh secara tidak langsung *tax awareness*, *tax identity* dan *exchange fairness* terhadap *tax compliance* baik kategori NPWP maupun non NPWP.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *tax awareness*, *tax identity* dan *exchange fairness* terhadap *trust in government* berpengaruh secara positif. Selain itu, *tax awareness*, *tax identity* dan *exchange fairness* terhadap *tax compliance* berpengaruh secara positif dan tidak langsung melalui *trust in government*. Dan *trust in government* terbukti berpengaruh positif terhadap *tax compliance*. Namun dari kategori non NPWP, ditemukan bahwa *tax awareness* tidak berpengaruh terhadap *trust in government* karena belum adanya kewajiban pajak di pihak mereka. Selain itu, kategori non NPWP menunjukkan bahwa pengaruh *exchange fairness* terhadap *trust in government* lebih signifikan dibandingkan kategori NPWP karena banyaknya manfaat pajak yang dirasakan oleh kategori non NPWP dalam pembangunan beberapa tahun ini. Hasil ini juga terbukti sama pada pengaruh *trust in government* terhadap *tax compliance*.

6. Limitasi dan studi lanjutan

Penelitian ini terbatas pada sampel wajib pajak OP dan bersumber dari data primer. Selain itu, penelitian juga sedikit bias karena berdasarkan perspektif wajib pajak OP. Untuk penelitian selanjutnya, dapat memperluas sampel pada perusahaan dan menganalisa dampak *tax equity* terhadap *tax avoidance*.

Ucapan terima kasih

Pada bagian ini disebutkan berbagai pihak yang membantu dalam penelitian ini, baik secara finansial maupun non-finansial.

Referensi

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press.
- Aviliani. (2019). Kepatuhan pajak indonesia masih rendah. . Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/news/20190326160157-4-63008/aviliani-kepatuhan-pajak-di-indonesia-masih-rendah>
- Balmer, J. M. T., & Wilson, A. (1998). Corporate identity: There is more to it than meets the eye. *International Studies of Management and Organisation*, 28(3), 12-31.
- Benk, S., & Budak, T. (2012). Power and trust as determinants of voluntary versus enforced tax compliance: Empirical evidence for the slippery slope framework from Turkey. *African Journal of Business Management*, 6(4), 1499-1505.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach for structural equation modeling. In *Modern methods for business research*. (pp. 295-336). Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Chin, W. W., Gopal, A., & Salinsbury, W. D. (1997). Advancing the theory of adaptive structuration: The development of a scale to measure information faithfulness of appropriation. *Information System Research*, 8(4), 342-367.
- Gerbing, M. D. (1988). *An empirical study of taxpayer perceptions of fairness*: UMI.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris*: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gillingan, G., & Richardson, G. (2005). Perceptions of tax fairness and tax compliance in Australia and Hongkong. *Journal of Financial Crime*, 12(4), 331 – 341.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2009). *Multivariate data analysis*. Prentice Hall. London.
- He, H. W., & Balmer, J. M. T. (2005). The saliency and significance of generic identity: an explanatory study of UK building societies. *International Journal of Bank Marketing*, 23(4), 334-348.
- Hetherington, M. (2005). *Why trust matters: Declining political trust and the demise of American Liberalism*. New Jersey: Princeton University Press.
- Jackson, B., Milliron, V., & Troy, D. (1986). Tax compliance research, findings, problems and prospects. . *Journal of Accounting Literature*, 5, 125-166.
- Jimenez, P., & Iyer, G. S. (2016). Tax compliance in a social setting: The influence of social norms, trust in government, and perceived fairness on taxpayer compliance. *Advances in Accounting*, 34, 17-26.
- Jogiyanto, H. M. (2008a). *Metodologi penelitian sistem informasi*. Yogyakarta, Indonesia: Andi Offset.
- Jogiyanto, H. M. (2008b). *Pedoman survei kuesioner: mengembangkan kuesioner, mengatasi bias dan meningkatkan respon*. Yogyakarta, Indonesia: BPFE.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring and managing consumer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.
- KlikPajak. (2019). Kenali 3 paradigma pajak untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap DJP. Retrieved from <https://klikpajak.id/blog/berita-pajak/done-kenali-3-paradigma-pajak/>
- Levi, M. (1998). *A state of trust. In trust & governance* (V. Braithwaite & M. Levi Eds.). New York: Russell Sage Foundation.
- Macdonald, E. K., & Sharp, B. M. (2000). Brand awareness effects on consumer decision making for a common, repeat purchase product: a replication. *Journal of Business Research*, 48(1), 5-15.
- Mayer, R. C., & Schoorman, J. H. D. F. D. (1995). An Integratif Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 30(3), 709-734.
- Melewar, T. C. (2003). Determinants of the corporate identity construct: a review of the literature. *Journal of Marketing Communications*, 9(4), 195-220.

- Mudzakkir, M., & Nurfarida, I. (2015). The influence of brand awareness on brand trust through brand image. *SSRN Electronic Journal*. Retrieved from 10.2139/ssrn.2670597.
- Pajak. (2018). Rasio pajak (tax ratio) dari masa ke masa. Retrieved from <https://www.pajak.go.id/id/86-rasio-pajak-tax-ratio-dari-masa-ke-masa>
- Pajak. (2019). Menakar kadar kepatuhan wajib pajak. Retrieved from <https://www.pajak.go.id/id/artikel/menakar-kadar-kepatuhan-wajib-pajak>
- Saad, N. (2009). Fairness perceptions and compliance behaviour: the case of salaried taxpayers in malaysia after implementation of the self assessment system. *Journal of Tax Research*, 8(1), 32-63.
- Siahaan, F. O. P. (2012). The influence of tax fairness and communication on voluntary compliance : Trust as an Intervening Variable. *International Journal of Business and Social Science*, 3(21), 191-198.
- Sitardja, M., & Dwimulyani, S. (2016). Analysis about the influences of good public governance, trust toward tax compliance on public companies that listed in Indonesian Stock Exchange. *OIDA International Journal of Sustainable Development*, 9(9), 35-42.
- TheDrum. (2018). Building customer trust though strong visual identity. Retrieved from <https://www.thedrum.com/news/2018/10/01/building-customer-trust-though-strong-visual-identity>
- Torgler, B. (2007). *Tax compliance and tax morale: A theoretical and empirical analysis*. Northampton: Edward Elgar Publishing, Inc.

Lampiran

No	Item Pertanyaiaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
Kepatuhan pajak						
1	Saya mengisi formulir surat pemberitahuan (SPT) dengan benar.					
2	Saya melakukan perhitungan pajak terutang dengan benar.					
3	Saya selalu menyetorkan pajak tepat waktu					
4	Saya secara sukarela menghitung dan menyetor pajak					
Exchange Fairness						
5	Saya merasa bahwa pemerintah menggunakan pendapatan pajak untuk mencapai tujuan sosial seperti kebijakan yang bermanfaat bagi keluarga miskin.					
6	Saya percaya bahwa setiap perusahaan membayar beban pajaknya sesuai dengan sistem pajak penghasilan yang berlaku.					
7	Saya merasa bahwa pemerintah membelanjakan pendapatan pajak pada hal – hal yang tidak penting.					
8	Saya menerima imbalan yang wajar dari pemerintah atas jumlah pajak yang telah kami bayar.					
9	Hal ini adil apabila saya yang berpenghasilan rendah mendapatkan banyak manfaat dibandingkan orang yang beromset tinggi.					
10	Beban pajak yang harus dibayar tidak sebanding (lebih tinggi) dengan manfaat yang saya dapatkan.					
Trust in Government						
11	Institusi pajak sangat adil dalam memberikan informasi					
12	Institusi pajak dapat menjaga kerahasiaan data Wajib Pajak.					
13	Institusi pajak memiliki itikad yang baik untuk memberikan kepuasan bagi Wajib Pajak					
14	Institusi pajak tidak akan menyembunyikan informasi yang penting bagi Wajib Pajak					
15	Institusi pajak selalu menjaga reputasinya di mata Wajib Pajak.					
16	Institusi pajak akan memenuhi apa yang diharapkan/dibutuhkan oleh Wajib Pajak					
Tax Awareness						
17	Saya sadar akan pentingnya pajak					
18	Saya memahami peraturan pajak dengan baik					

19	Saya memiliki kewajiban untuk membayar pajak					
<i>Tax Identity</i>						
20	Institusi pajak bertanggung jawab atas penerimaan Negara dengan baik dan benar.					
21	Institusi pajak melayani wajib pajak dengan sangat baik dan professional					
22	Proses pelaporan dan pembayaran pajak memudahkan wajib pajak					
23	Saya berkesan dengan pelayanan pajak dari Dirjen Pajak					