



**LAPORAN PENELITIAN  
KLASTER PENELITIAN INTERDISIPLINER**

**PENGARUH KETERSEDIAAN INFORMASI PUBLIK,  
PEMAHAMAN WAJIB PAJAK TERHADAP TINGKAT  
KEPATUHAN PAJAK, SUSTAINABILITY USAHA DAN  
PENGEMBANGAN JEJARINGAN  
KOMUNIKASI BISNIS UMKM DI PEKANBARU**

**Oleh:**

**Dr. ELFIANDRI, M. Si.  
FEBRI RAHMI, SE. M. Sc. Ak.**



**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)  
UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
TAHUN 2021**

# LAPORAN PENELITIAN

KLASTER PENELITIAN INTERDISIPLINER

**PENGARUH KETERSEDIAAN INFORMASI PUBLIK, PEMAHAMAN  
WAJIB PAJAK TERHADAP TINGKAT KEPATUHAN PAJAK,  
*SUSTAINABILITY* USAHA DAN PENGEMBANGAN JEJARINGAN  
KOMUNIKASI BISNIS UMKM  
DI PEKANBARU**



OLEH

**Dr. ELFIANDRI, M. Si.  
FEBRI RAHMI, SE. M. Sc. Ak.**

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
(LP2M) UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
TAHUN 2021**

## HALAMAN PENGESAHAN



UIN SUSKA RIAU

Alamat: C. 01 R. Negeri No. 20 KM 10, Angsana Baru, Pekanbaru, Riau 28299, Indonesia. Telp: 0756-50331. Web: <http://www.uin-suska-riau.ac.id>

**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**EMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

إمارة البحوث والخدمة المجتمعية

**INSTITUTE FOR RESEARCH AND COMMUNITY SERVICE**

### PENGESAHAN

Nomor: /Un.04/LI/TL.01/11 /2021

Judul : Pengaruh Ketersediaan Informasi Publik, Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Pajak, *Sustainability* Usaha Dan Pengembangan Jejaringan Komunikasi Bisnis Umkm Di Pekanbaru

Peneliti Utama : Dr. Elfiandri. M.Si

Pangkat/Golongan : IV/ a / Pembina

Anggota : Febri Rahmi. SE. Ak. M.Sc

Fakultas/Unit : Dakwah dan Komunikasi

Klaster : Interdisiplinen

Lokasi Penelitian : Kota Pekanbaru

Waktu : Tahun 2021

Telah diseminarkan pada  
Hari/Tanggal: Senin /22 November 2021

Narasumber

Dr. Alif Wenda, ST.M.Eg

Peneliti Utama,

Dr. Elfiandri. M.Si



Mengesahkan:  
Ketua

Prof. Dr. Leuy Nolianti, MS, SE, MSLAK  
NIP. 19751112 199703 2 001

## **KATA PENGANTAR**

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan, kemudahan, rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini. Salawat dan salam kepada junjungan alam nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya untuk selalu menuntut ilmu pengetahuan.

Dalam memperjuangkan pembuatan penelitian ini banyak sekali pihak-pihak yang telah memberikan bantuan baik dalam bentuk materil dan immaterial. Oleh karena itu ucapan terima kasih dan penghargaan diberikan kepada:

1. Rektor UIN SUSKA Riau yang telah memberi peluang untuk mengadakan penelitian .
2. Kepala Pusat Penelitian UIN SUSKA Riau yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti penelitian ini
3. Nara sumber dalam seminar hasil penulisan penelitian yang banyak memberikan masukan berarti dan inspirasi
4. Bapak dan Ibu peserta seminar penelitian yang telah banyak memberikan masukan yang berarti
5. Masyarakat Kota Pekanbaru yang telah membantu dalam memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan dalam penelitian ini.

Dalam pembuatan dan penulisan penelitian ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekhilafan. Hal ini bukanlah dikarenakan kesengajaan . Kritik dan saran dari pembaca sangat berguna untuk perbaikan di masa mendatang. Atas perhatian dan bantuannya diucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 2 Desember 2021

Tim Peneliti

## ABSTRAK

### PENGARUH INFORMASI PUBLIK, PEMAHAMAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN PAJAK, *SUSTAINABILITY* DAN JARINGAN KOMUNIKASI BISNIS UMKM DI PEKANBARU

Elfiandri<sup>1</sup> dan Febri Rahmi<sup>2</sup>

<sup>1,2)</sup> Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: [febri.rahmi@uin-suska.ac.id](mailto:febri.rahmi@uin-suska.ac.id)

#### Abstrak

Pemerintah sebagai penyelenggara pelayan publik telah memberikan keterbukaan informasi public dan kemudahan mengaksesnya. UMKM merupakan salah satu contoh penerima manfaat dari informasi tersebut. UMKM berperan sebagai penyumbang devisa negara dari sektor ekonomi dan perpajakan meskipun jumlahnya relatif kecil. Stimulasi perpajakan yang dibuat pemerintah seperti penurunan tarif pajak ternyata belum cukup baik dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Dalam hal ini peran informasi publik dan komunikasi bisnis sangat dibutuhkan. Oleh karena itu perlu adanya kajian yang bertujuan pertama, untuk menganalisis secara parsial pengaruh informasi publik dan pemahaman wajib pajak terhadap kepatuhan, kelanjutan usaha dan pengembangan jaringan komunikasi bisnis. Kedua menganalisis mediasi pemahaman, kepatuhan dan kelanjutan usaha terhadap hubungan antara informasi publik dan pengembangan jaringan komunikasi bisnis. Sampel penelitian sebanyak 316 orang, dengan teknik *incidental purposive*, dengan menyebarkan kuisioner. SEM merupakan metode analisis yang digunakan dengan bantuan warppls. Ditemukan hasil bahwa secara parsial informasi publik dan pemahaman wajib pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan, kelanjutan usaha dan pengembangan jaringan komunikasi bisnis. Efek mediasi parsial pemahaman wajib pajak terhadap hubungan informasi public dan kepatuhan wajib pajak memberikan kontribusi terbesar. Sementara mediasi penuh pada pemahaman wajib pajak, kepatuhan dan kelanjutan usaha terhadap hubungan antara informasi publik dan jaringan komunikasi bisnis.

**Kata Kunci:** Informasi Public, Pemahaman Wajib Pajak, Kepatuhan, Kelanjutan Usaha dan Jaringan Komunikasi Bisnis.

## DAFTAR ISI

<b>LAPORAN PENELITIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1      Latar Belakang .....	1
1.2      Rumusan Masalah.....	6
1.3      Tujuan Penelitian .....	6
1.4      Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II     LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.1      Konsep dan Teori Yang Relevan .....	9
2.1.1    Teori Atkinson .....	9
2.1.2    Media Informasi Publik .....	9
2.1.3    UMKM dan Keberlanjutan (Sustainability) .....	10
2.2      Kajian terdahulu Yang Relevan .....	12
2.3      Hipotesis .....	14
2.4      Disain Penelitian .....	16
<b>BAB III    METODE PENELITIAN.....</b>	<b>17</b>
3.1.1    Jenis Penelitian .....	17
3.1.2    Populasi dan Sampel.....	17
3.1.3    Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.1.4    Pengertian dan Pengukuran Variabel Operasional .....	17
3.1.5    Metode Analisis Data.....	18
<b>BAB IV    HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>22</b>
4.1      Deskriptif Data.....	22
4.1.1    Identitas Responden .....	23
4.1.2    Tanggapan Responden .....	25
4.1.3    Tanggapan Mengenai Informasi Publik.....	25
4.1.4    Tanggapan Pemahaman Wajib Pajak (X2).....	30
4.1.5    Tanggapan Kepatuhan Wajib Pajak.....	32
4.1.6    Tanggapan Kelanjutan Usaha .....	35
4.1.7    Tanggapan Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis .....	38
4.2      Hasil uji Hipotesis.....	41

4.2.1	Model Informasi Publik Bepengaruh Terhadap Pemahaman Wajib Pajak.....	41
4.2.2	Model Informasi Publik Bepengaruh Terhadap kepatuhan Wajib Pajak.....	42
4.2.3	Model Informasi Publik Bepengaruh Terhadap Kelanjutan Usaha .....	42
4.2.4	Model Informasi Publik Bepengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis. ....	43
4.2.5	Model Pemahaman Wajib Pajak Bepengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak .....	43
4.2.6	Model Pemahaman Wajib Pajak Bepengaruh Terhadap Kelanjutan Usaha.....	44
4.2.7	Model Pemahaman Wajib Pajak Bepengaruh Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis. ....	44
4.2.8	Model Kepatuhan Wajib Pajak Bepengaruh Terhadap <i>Sustainability</i> Usaha .....	45
4.2.9	Model Kepatuhan Wajib Pajak Bepengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis.....	45
4.2.10	Model Keberlanjutan Usaha Bepengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis.....	46
4.2.11	Model Informasi Publik Bepengaruhi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dimediasi Oleh Pemahaman Wajib Pajak .....	52
4.2.12	Model Informasi Publik Bepengaruhi Terhadap Keberlanjutan Usaha Dimediasi Oleh Pemahaman Wajib Pajak Dan Kepatuhan Wajib Pajak.....	55
4.2.13	Model Informasi publik mempengaruhi pengembangan jaringan komunikasi bisnis dimediasi oleh pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak .....	59
4.2.14	Model Informasi publik mempengaruhi pengembangan jaringan komunikasi bisnis dimediasi oleh pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha (dengan 3 segment)... .....	64
4.2.15	Model Kepatuhan Wajib Pajak Bepengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Dimediasi Kelanjutan Usaha .....	68
4.2.16	Model Informasi Publik Bepengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis Dimediasi oleh Pemahaman Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak dan Kelanjutan Usaha .....	72
4.2.17	Model Informasi Publik Bepengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis Dimediasi oleh Pemahaman Wajib	

	Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak dan Kelanjutan Usaha (dengan 4 segment).....	76
4.3	Pembahasan .....	82
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>91</b>
5.1	Kesimpulan .....	91
5.2	Saran .....	93
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	93
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xi</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>1</b>
	Lampiran 1 Data Penelitian .....	1
	Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian.....	7
	Lampiran 3 Digital Receipt Litapdimas .....	10
	Lampiran 4 SK Penetapan Penelitian .....	11
	Lampiran 5 Foto Kegiatan Mengumpulkan Data.....	15
	Lampiran 6 Foto Seminar Hasil Penelitian .....	16



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Jumlah Wajib Pajak dan Nilai Penerimaan.....	2
Tabel 2. 1 Penentuan Indeks Ukuran Usaha .....	10
Tabel 4. 1 Sampel Penelitian.....	22
Tabel 4. 2 Jenis Usaha Responden .....	23
Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir .....	24
Tabel 4. 4 Modal Usaha .....	24
Tabel 4. 5 Omset Penjualan Selama Pandemi Covid 19 .....	24
Tabel 4. 6 Kemudahan Akses Informasi Publik.....	26
Tabel 4. 7 Akses Informasi Publik Media Konvensional .....	27
Tabel 4. 8 Akses Informasi Publik New Media .....	27
Tabel 4. 9 Konten Informasi Publik Tentang Pajak Jelas .....	28
Tabel 4. 10 Konten Paham Isi Informasi Publik Tentang Pajak .....	28
Tabel 4. 11 Orientasi Ketersediaan Informasi Publik Untuk Dapat Belajar .....	29
Tabel 4. 12 Orientasi Ketersediaan Informasi Publik Untuk .....	30
Tabel 4. 13 Paham Wajib Pajak Buat Laporan, Pembayaran dan Sanksi .....	31
Tabel 4. 14 Paham Wajib Pajak Paham Penghasilan Kena .....	31
Tabel 4. 15 Paham Wajib Pajak Paham Menghitung.....	32
Tabel 4. 16 Patuh Pajak Membayar Semua Jenis Pajak.....	33
Tabel 4. 17 Patuh pajak, Penyampaian SPPT Sesuai Jadwal.....	33
Tabel 4. 18 Patuh pajak. Bayar Pajak Sesuai Tarif Pajak .....	34
Tabel 4. 19 Patuh pajak.Mengisi SPT jujur,lengkap.....	34
Tabel 4. 20 Sustainability. Nyaman dalam Menjalan Usaha karena ada izin .....	35
Tabel 4. 21 Sustainability.Diberlakukan sama dan Mampu bersaing.....	36
Tabel 4. 22 Sustainability.Optimis berkembang dengan fasilitas yang ada.....	37
Tabel 4. 23 Sustainability.Optimis berkembang kalau dapat tambahan modal ....	37
Tabel 4. 24 Sustainability.Turun Tarif Pajak membantu.....	38
Tabel 4. 25 Jaringan Kom.Bisnis.Pengembangan Jaringan .....	39
Tabel 4. 26 Jaringan Kom.Bisnis.Pengembangan Jaringan .....	40
Tabel 4. 27 Pengembangan jaringan secara On_line .....	40
Tabel 4. 28 Jaringan Kom.Bisnis.Pengembangan Jaringan .....	40
Tabel 4. 29 Uji Validitas Konvergen .....	50
Tabel 4. 30 Latent Variable Coefficients. gambar 4.11 .....	52
Tabel 4. 31 Pengujian Kecocokan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ) Gambar 11 .....	53
Tabel 4. 32 Direct Effect Gambar 11 .....	53
Tabel 4. 33 Indirect Effect and Total Effect Gambar 11.....	53
Tabel 4. 34 Latent Variable Coefficients. gambar 4.12 .....	56
Tabel 4. 35 Pengujian Kecocokan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ) gambar 4.12 .....	56
Tabel 4. 36 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect Effect</i> ) (Mediasi) Gambar 4.12 .....	57
Tabel 4. 37 Latent Variable Coefficients. gambar 4.13 .....	60
Tabel 4. 38 Pengujian Kecocokan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ).....	60
Tabel 4. 39 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect Effect</i> ) (Mediasi) Model .....	62
Tabel 4. 40 Latent Variable Coefficients Model Gambar 4.14.....	65

Tabel 4. 41 Pengujian Kecocokan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ).....	66
Tabel 4. 42 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect Effect</i> ) (Mediasi) .....	66
Tabel 4. 43 Latent Variable Coefficients Model Gambar 4.15.....	69
Tabel 4. 44 Pengujian Kecocokan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ).....	70
Tabel 4. 45 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect Effect</i> ) (Mediasi) .....	70
Tabel 4. 46 Latent Variable Coefficients model Gambar 4.16 .....	74
Tabel 4. 47 Pengujian Kecocokan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ).....	74
Tabel 4. 48 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect Effect</i> ) (Mediasi) model Gambar 4.16. ....	75
Tabel 4. 49 Latent Variable Coefficients Model Gambar 4.17.....	78
Tabel 4. 50 Pengujian Kecocokan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ) Model Gambar 4.1779	
Tabel 4. 51 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect Effect</i> ) (Mediasi) .....	80
Tabel 4. 52 Membandingkan Model Yang Terbaik ( <i>Goodness Of Fit Test</i> ) Dari Hasil Uji Statistik .....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 2	Desain Penelitian Pengaruh Ketersediaan Informasi Publik, Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Pajak, <i>Sustainability</i> Usaha Dan Pengembangan Jejaringan Komunikasi Bisnis Umkm Di Pekanbaru .....	16
Gambar 4. 1	Model Pengaruh Informasi Publik terhadap Pemahaman Wajib ..	41
Gambar 4. 2	Model Pengaruh Informasi Publik terhadap .....	42
Gambar 4. 3	Model Pengaruh Informasi Publik terhadap kelanjutan usaha .....	42
Gambar 4. 4	Model Pengaruh Informasi Publik terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis .....	43
Gambar 4. 5	Model Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak Terhadap .....	43
Gambar 4. 6	Model Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak .....	44
Gambar 4. 7	Model Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi bisnis .....	44
Gambar 4. 8	Model Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak.....	45
Gambar 4. 9	Model Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak Terhadap Pengembangan Jaringan Kominikasi bisnis .....	45
Gambar 4. 10	Model Pengaruh Keberlanjutan Usaha Terhadap.....	46
Gambar 4. 11	Informasi Publik Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dimediasi oleh Pemahaman Wajib Pajak.....	52
Gambar 4. 12	Informasi Publik Berpengaruhi Terhadap Keberlanjutan Usaha Dimediasi Oleh Pemahaman Wajib Pajak Dan Kepatuhan Wajib Pajak .....	56
Gambar 4. 13	Informasi publik mempengaruhi pengembangan jaringan komunikasi bisnis di dimediasi oleh pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak.....	59
Gambar 4. 14	Informasi Publik Mempengaruhi Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis dimediasi oleh Pemahaman Wajib Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak serta Kelanjutan Usaha .....	64
Gambar 4. 15	Kepatuhan wajib pajak berpengaruh terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis dimediasi kelanjutan usaha.....	68
Gambar 4. 16	Informasi Publik Berpengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis Dimediasi oleh Pemahaman Wajib Pajak, Kepatuhan.....	72
Gambar 4. 17	Informasi Publik Berpengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komuniiasi Bisnis Dimediasi Oleh Pemahaan Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak, dan Kelanjutan Usaha.....	77

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Reformasi 1998 merupakan gerakan serentak anak bangsa Indonesia untuk melakukan perubahan dalam system tata kelolah bernegara. Dampak dari gerakan reformasi 1998 tidak saja terjadi dalam hal pengelolaan penyelenggara dan penyelenggaraan Negara, tetapi berdampak terhadap interaksi dan dinamika social di Indonesia. Menurut mohammadgie (2011) diantara dampak reformasi disamping diberikan kebebasan dalam berpendapat reformasi juga dapat menyalurkan aspirasi serta ktitik kepada pemerintah.

Khusus dalam bidang informasi, implementasi keseriusan pemerintah untuk melakukan reformasi dalam informasi di wujudkan dengan lahirnya undang-undang keterbukaan informasi public (UUKIP) nomor : 14 tahun 2008 tentang keterbukaan Informasi Publik. Salah satu tujuan undang undang ini untuk menjamin hak masyarakat untuk dapat mengetahui rencana, peroses serta alasan dalam suatu keputusan public. Menurut Sofian Munawar Asgart 2012) melalui undang undang ini memberi peluang kepada masyarakat untuk partisipasi dalam kebijakan public, serta mendorong penyelenggara Pemerintah agar lebih transparansi dan akuntabilitas.

Salah satu penyelenggara berkaitan dengan keterbukaan informasi public adalah kementerian keuangan dan lebih khususnya bidang Dirjen pajak. Kementerian keuangan sebagai salah satu penyelenggara pelanyan Publik, maka berkewajiban untuk menyelenggarakan keterbukaan informasi public sebagai mana diatur dalam menurut Undang-undang no; 14 tahun 2008, Bab 5 pasal 17 bahwa Setiap Badan Publik wajib membuka akses bagi setiap Pemohon Informasi Publik untuk mendapatkan Informasi Publik.

Disisi lain, salah satu penerimaan manfaat dari informasi public adalah UMKM. Di Indonesia jumlah usaha kecil sebanyak 93,4%, dan usaha menengah 5,1% serta usaha besar hanya 1%. Menurut data Kementerian Keuangan (liputan6.com, 2018). sektor UMKM memiliki 65 persen (60 juta UMKM) dari

total pelaku usaha pada perekonomian Indonesia, serta mampu memberikan sumbangan pada pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 60 % dengan menyerap tenaga kerja sebesar 97%. Karena itu pemerintah berusaha agar usaha UMKM ini tidak boleh bertahan pada usaha kecil saja, tapi harus naik level agar bisa bertahan dan berkelanjutan (*sustainability*).

Dilihat dari penerimaan pajak dari sektor UMKM setiap tahun selalu mengalami peningkatan meskipun sangat kecil yaitu hanya sebesar 5,7 Tirlion (0.0038 %), bila dibanding dengan total penerimaan pajak tahun 2018 sebesar 1500 terliun dengan tahun sebelumnya cukup bervariasi

**Tabel 1. 1 Tabel Jumlah Wajib Pajak dan Nilai Penerimaan Pajak dari UMKM**

No	Tahun	Wajib Pajak	Nilai Pajak/ trilyun
1	2013	220	424,000,000.000
2	2014	532	200,200,000,000.000
3	2015	780	300,500,000,000.000
4	2016	1,450.00	400,300,000,000.000
5	2017	1,500.00	500,800,000,000.000
6	2018	1,800,000	500,700,000,000.000

Sumber: <https://majalahpajak.net/menggali-kontribusi-sektor-umkm/download>,

Berbagai upaya dilakukan pemerintah untuk meningkatkan pendapat pajak dari sector UMKM diantaranya, penurunan tarif pajak menjadi 0,5% terhadap UMKM yang memiliki omzet maksimal Rp. 4,8 miliar pertahun. Akan tetapi kenyataannya turunnya tarif pajak dari 1 persen menjadi 0,5 persen ternyata belum cukup baik untuk meningkatkan kelas UMKM.

Rendahnya penerimaan pajak dari kalanhan UMKM melahirkan berbagai pertanyaan sekiranya dapat dijadikan sebagai hipotesis awal untuk menjawab kenapa rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak di kalangan UMKM, Berdasarkan penelitian kalsum (2016) bahwa factor dominan yang mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak adalah kesadaran wajib pajak itu sendiri berikutnya baru pemahaman wajib pajak terhadap perpajakan. Berbagai fenomena rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM menyisihkan beberapa pertanyaan:

**Pertama** Apakah rendahnya pemahaman dan penerimaan pajak dari kalangan UMKM berhubungan dengan ketersediaan informasi Publik, atau

apakah berkaitan dengan ketiadaan konten media publik mengenai perpajakan ataukah boleh jadi disebabkan keterbatasan dikalangan UMKM dalam mengakses informasi mengenai perpajakan, sehingga mereka tidak paham atau salah persepsi dalam memahami perpajakan, sehingga kesalahan dalam memahami serta menerima informasi dari media public mempengaruhi persepsi, sikap dan perilaku para pelaku UMKM terhadap pajak tersebut. Bermula dari terpaan informasi dari berbagai media Publik mempengaruhi persepsi dan lebih lanjut mempengaruhi tingkat kepatuhan mereka dalam membayar pajak. Menurut Teun A. van Dijk, (2012 ; 17 ) bahwa pola pengetahuan, sikap dan ideology akan kuat disebabkan laporan media yang berulang-ulang. Oleh karena itu peranan media publik dalam menyediakan informasi Publik mengenai perpajakan akan berdampak terhadap pemahaman dan kepatuhan wajib pajak itu sendiri, kata lain apabila media selalu mengulang ulangi pesan-pesan tentang perpajakan maka akan mendorong persepsi dan perilaku audien sebagaimana arahan media public tersebut.

*Pertanyaan* berikutnya adalah apakah rendahnya tingkat kepatuhan UMKM dalam membayar pajak, akankah berdampak terhadap sustainability (keberlangsungan) usaha serta perkembangan jejaringan komunikasi bisnis pelaku usaha UMKM tersebut. Hubungan Antara kepatuhan pajak wajib pajak terhadap Sustainability usaha UMKM dilihat dalam prespektif psikologi (kenyamanan) pelaku UMKM itu sendiri, artinya membayar pajak merupakan kewajiban berdasarkan Undang-Undang yang harus di laksanakan oleh setiap pelaku usaha, sementara disisi lain, mereka (UMKM) yang tidak patuh dalam membayar pajak, merupakan kondisi yang kontra produktif, sehingga hal ini mendorong polemic dalam diri pelaku UMKM yaitu polemic antara tuntutan membayar pajak disatu sisi dan disisi lain tidak terpenuhinya kewajiban membayar pajak oleh pelaku UMKM. Susana yang dialami serta dijalani berulang ulang di duga dapat membuat mereka tidak nyaman dalam berusaha. akhirnya kondisi seperti inilah yang akan dapat mendorong serta mempengaruhi kelancaran usaha mereka, seperti adanya rasa takut ketahuan tidak patuh pada regulasi perpajakan yang ada.

Beranjak dari rasa ketidaknyamanan dalam berusaha, disenyalir akan berdampak terhadap sikap mental dan motivasi mereka dalam mengembangkan

jejaringan usahanya. Persoalan motivasi dan mental usahan yang di alami oleh pelaku UMKM disebabkan ketidak jelasan bagi mereka mengenai informasi tentang perpajakan sehingga membuat mereka ragu-ragu dalam mengembangkan jejaringan usaha mereka. Menurut R.B. Suharta salah satu sikap mental wiraswasta ialah harus memiliki ketahanan fisik dan mental baik kesehatan jasmani, rohani, kesabaran dan ketabahan. Sejalan dengan Atkinson dalam supriyono (2016) menyatakan bahwa seseorang berusaha melakukan suatu pekerjaan di pengaruhi oleh tiga hal yaitu (1) motivasi, (2) ekspektasi dan (3) insentif. Kata lain apabila informasi public yang tersedia dan pemahaman mereka terhadap kontens media tidak memenuhi demensi motivasi, ekspektasi dan isentif para pelaku UMKM dalam menjalan usaha maka akan melemahkan semangat untuk bertahan, menjaga keberlangsungan usaha serta mengembangkan jejaringan usaha mereka.

Penelitian ini mencoba melakukan kajian berkaitan dengan pengaruh ketersediaan Informasi Publik tentang perpajakan terhadap peningkatan pemahaman, kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak, dan semangat untuk tetap menjaga keberlangsungan (Sustainability) usaha serta pengembangan jejaringan usaha di kalangan UMKM. Kajian ini dinilai sangat perlu dilakukan, mengingat sudah 11 tahun diberlakukannya undang undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang keterbukann informasi Publik. Kata lain apakah keberadaan Undang-undang nomor 14 tahun 2008 tentang keterbukaan informasi public (KIPP) dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam menciptakan penyelenggara yang transparansi dan akuntabel, dalam konteks ini adalah peningkatan pemahaman tentang perpajakan, tingkat kepatuhan bayar pajak, serta semangat untuk mempertahankan keberlangsungan (sustainability) dan mengembangkan jejaringan usaha di kalangan UMKM di Pekanbaru.

Pemahaman terhadap suatu regulasi tidak hanya bertujuan untuk terjaminnya keberlansungan kehidupan social dalam masyarakat serta bernegara, akan tetapi melalui regulasi diharapkan ada uapaya rekayasa social menuju kepada yang lebih baik sebagaimana di harapkan oleh regulasi itu sendiri, misalnya regulasi mengenai perpajak, menurut supriyono (2016 : 236) bahwa

undang undang perpajakan mempengaruhi perilaku manusia kerana undang undang berusaha memotivasi wajib pajak untuk membayar kewajiban pajak dalam jumlah dan waktu yang tepat, disamping itu hukum pajak juga dapat dijadikan upaya dalam mencapai tujuan ekonomi dan social.

Bermula dari adanya undang-undang keterbukaan informasi public baik dalam kontek pasif maupun aktif. Pada dataran pasif dimaknai penyelenggara kebijakan public hanya bersifat memberi kesempatan kepada masyarakat untuk mengakses informasi public. Sementara maksud bersifat aktif yakni penyelenggara kebijak public mempublikasikan informasi public keberbagai media massa. Kata lain penyelenggara kebijak publik telah mempublikasikan kepada media publik dan membuka kesempatan serta jaminan kepada masyarakat untuk mengakses serta berpartisipasi dalam keputusan atau kebijakan public terhadap informasi yang di publikasikan. Lebih lanjut apakah ketersediaan informasi public telah mampu mendorong meningkatnya pemahaman, tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak, serta apakah UUKIPP dan tingkat kepatuhan dalam membayar pajak telah memotivasi para pelaku UMKM dalam mempertahankan melanjutkan usaha (Sustainability) usaha dan semangat mengembangkan jejaringan usaha dikalangan UMKM di Kota Pekanbaru akan menjadi fokus kajian dalam penelitian ini dengan judul “Pengaruh Informasi Publik, Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak, terhadap sustainability dan komunikasi bisnis UMKM Pekanbaru.



## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh ketersediaan informasi publik terhadap tingkat Pemahaman wajib pajak dalam membayar pajak dikalangan UMKM?
2. Apakah ada pengaruh ketersediaan informasi publik terhadap tingkat kepatuhan dalam membayar pajak, Sustainability usaha dan Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis UMKM Kota Pekanbaru ?
3. Apakah ada pengaruh pemahaman wajib pajak terhadap tingkat kepatuhan dalam membayar pajak, Sustainability usaha dan Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis UMKM Kota Pekanbaru ?
4. Bagaimanakah Pengaruh antar variabel apabila variabel saling menjadi mediasi bagi variabel lainnya

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengenali secara pasti pengaruh ketersediaan informasi publik terhadap tingkat Pemahaman wajib pajak dalam membayar pajak dikalangan UMKM
2. Untuk mengetahui pengaruh ketersediaan informasi publik terhadap tingkat kepatuhan dalam membayar pajak, Sustainability usaha dan Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis UMKM Kota Pekanbaru
3. Untuk memastikan pengaruh pemahaman wajib pajak terhadap tingkat kepatuhan dalam membayar pajak, Sustainability usaha dan Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis UMKM Kota Pekanbaru
4. Untuk mengetahui secara pasata pengaruh antar variabel apabila variabel saling menjadi mediasi bagi variabel lainnya

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat penelitian ini bagi pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak sebagai bahan pertimbangan untuk membuat kebijakan dan peraturan yang lebih spesifik berkaitan dengan penetapan tarif pajak berdasarkan sektor usaha, kondisi, tipe, lama usaha dan ukuran (mikro, kecil, menengah, dan

besar) dengan memperhatikan rata-rata margin keuntungan yang diperoleh sehingga mampu untuk membayar pajaknya secara sukarela.

2. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan menjadi bahan pertimbangan Pemerintah dalam pengelolaan informasi Publik secara umum dan khusus dalam pembinaan UMKM yang berkelanjutan, (*sustainability*) serta dalam membina jejaringan bisnis pelaku UMKM. dan mampu bersaing secara nasional dan internasional

Dampak dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Meningkatkan pemahaman, kepatuhan pelaku UMKM untuk membayar pajak sehingga dapat menunjukkan peran serta mereka dalam meningkatkan sumber penerimaan negara dari sektor pajak sebagai sumber pembiayaan pemabungan nasional
2. Meningkatnya kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya memanfaatkan pelayanan berkaitan dengan ketersediaan informasi publik sebagai upaya menjaga Sustainability dan pengembangan jejaringan komunikasi bisnis bagi usahanya.
3. Hasil penelitian dapat di publikasikan sebagai karya ilmiah yang di harapkan menjadi bahan informasi bagi pemerintah dan pelaku usaha khususnya sector UMKM di Indonesia

### **Rencana Dan Tahapan Pelaksanaan Penelitian**

Penelitian ini direncanakan dapat selesai selama 6 bulan dengan rincian:

1. Pembuatan proposal selama 1 bulan
2. Pengajuan dan penetapan penerimaan penelitian selama 1 bulan
3. Pembuatan instrument penelitian selama 15 hari
4. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuisione selama 1 bulan
5. Penghitungan dan tabulasi data 15 hari
6. Penulisan laporan penelitian 1 bulan
7. Presentasi hasil penelitian dan perbaikan selama 1 bulan

Selanjutnya tahapan dalam pelaksanaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Menyempurnakan proposal penelitian dengan memastikan sampel yang digunakan dan menyusun instrument penelitian

2. Melakukan pre-test atas instrument penelitian sebelum disebar ke responden
3. Mengumpulkan dan memberikan pengarahan kepada tim penyebar kuisisioner mengenai kuisisioner yang harus diisi oleh responden serta memastikan alamat dari setiap UMKM di Pekanbaru memiliki kontak person sehingga akan mempermudah pekerjaan tim
4. Memastikan bahwa setiap kuisisioner telah terisi dengan baik oleh setiap responden berdasarkan perkecamatan yang ada di Pekanbaru sehingga memudahkan dalam mentally/ mengkalkulasikan data penelitian oleh tim pengolah data
5. Mengolah data dengan bantuan alat statistik Warppls versi 6.0 sehingga membantu dalam menjawab setiap pertanyaan penelitian.
6. Menganalisis jawaban dari setiap hipotesis dikaitkan dengan teori dan hasil penelitian sebelumnya yang relevan.
7. Membuat laporan penelitian dan menyiapkan bahan presentasi hasil penelitian dalam bentuk power point.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Konsep dan Teori Yang Relevan**

##### **2.1.1 Teori Atkinson**

Teori yang mempelajari motivasi terhadap hukum pajak pada perilaku manusia adalah teori Atkinson. Teori Atkinson menjelaskan bahwa dorongan kuat individu bekerja dipengaruhi oleh 3 faktor yaitu motivasi, ekspektasi dan insentif. Atkinson juga menerangkan bahwa ada 2 tipe individu yakni pertama, individu mengutamakan prestasi daripada kegagalan, kedua individu takut gagal daripada memerlukan prestasi.

Selanjutnya teori Atkinson menjelaskan bahwa nilai keberhasilan seseorang dalam melakukan pekerjaan yang rumit berbanding terbalik dengan probabilitas (harapan) keberhasilan. Harapan keberhasilan tersebut adalah memperoleh kepuasan ataupun *reward* yang lebih tinggi dari pekerjaan sulit yang telah dilakukannya. Karena itu, teori Atkinson menyatakan bahwa nilai keberhasilan insentif bergantung pada probabilitas keberhasilan. Artinya suatu pekerjaan yang dilakukan dengan kemungkinan keberhasilannya tinggi akan menerima nilai insentif rendah, sebaliknya pekerjaan dengan kemungkinan keberhasilan rendah akan memiliki nilai insentif tinggi.

##### **2.1.2 Media Informasi Publik**

Perkembangan teknologi telah memicu ketersediaan informasi bagi masyarakat, misalnya media social, melalui media social telah memudahkan masyarakat berkomunikasi. Kemudahan akses informasi serta komunikasi telah menghilangkan sekat social dan geografis serta administratif. Menurut Simeon Edosomwan et.al (2011) media sosial tidak hanya berdampak terhadap aspek komunikasi manusia, tetapi juga berberdampak pada bisnis.

Kehadiran media massa dan *news* media bukan sekedar penyediaan informasi publik tetapi kehadirannya juga membawa perubahan dalam masyarakat. Menurut

Wawan Herawani (2012) media massa tidak hanya sekedar mengubah norma budaya tetapi juga dapat merubah perilaku individu dan masyarakat disamping itu media juga berguna dalam mendukung program yang direncanakan pemerintah. Sementara itu Teun A. van Dijk, (2012 ; 17 ) mengatakan bahwa pola pengetahuan, sikap dan ideology akan kuat disebabkan laporan media yang berulang-ulang.

Sejalan dengan Teori Penentuan Agenda merupakan salah satu daripada teori komunikasi massa yang melakukan kajian mengenai efek media. Menurut teori ini efek media dapat mempengaruhi perilaku audiens dengan cara membuat penonjolan-penonjolan isu publik sehingga isu-isu publik tersebut menjadi isu –isu yang sangat penting pula oleh audiens atau masyarakat.

### 2.1.3 UMKM dan Keberlanjutan (Sustainability)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) diatur dalam Undang-Undang no.20 tahun 2008 menetapkan kriteria dari usaha tersebut. Tabel 2.1. berikut ini merupakan penjelasannya.

**Tabel 2. 1** Penentuan Indeks Ukuran Usaha

Keterangan	Jumlah Karyawan	Aset Usaha (Rp)	Omset Usaha (Rp)
1. Mikro	<4 Orang	0 – 50 Juta	0 – 300 Juta
2. Kecil	5-19 Orang	50 Juta -500 Juta	300 Juta – 2,5 Miliar
3.Menengah	20-99 Orang	500 Juta - 10 Miliar	2,5 Miliar – 50 Miliar
4. Besar	>100 Orang	>10 Miliar	>50 Miliar

*Sumber : Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM*

Menurut UU no. 20 tahun 2008 pasal 7 ayat 1 bahwa pemerintah bersama pemerintah daerah berperan dalam mengembangkan UMKM meliputi aspek (1) Pendanaan, (2) Sarana dan prasarana, (3) Informasi usaha, (4) Kemitraan, (5) Perizinan usaha, (6) Kesempatan berusaha, (g) Promosi dagang, (7) Dukungan kelembagaan. Peranan UMKM yang paling besar kontribusinya adalah mampu mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja sehingga mampu meningkatkan Produk Domestik Bruto. Pada saat terjadinya krisis ekonomi tahun 1998, UMKM berperan sebagai penyelamat ekonomi masyarakat, produksi mereka

dapat lebih efisien di pasar internasional dan mampu menyerap tenaga kerja sebesar 85%. Sementara krisis ekonomi tahun 2009 UMKM berperan sebagai penyerap tenaga kerja, namun untuk ekspor turun dibanding tahun 1998 dikarenakan daya beli masyarakat tujuan ekspor menurun sehingga berdampak pada penurunan nilai ekspor Indonesia. Karena itu semua negara melakukan penghematan dan menganjurkan untuk mengoptimalkan mengkonsumsi produksi dalam negeri.

Aktivitas UMKM di Indonesia tidak lepas dari hambatan (dalam Wilantara dan Rully, 2016:43-44) seperti korupsi (pungutan liar, rumitnya biaya perizinan), sulitnya akses pembiayaan, dan inflasi. Hambatan UMKM yang terbesar saat ini adalah menurunnya daya beli dikarenakan fluktuasi suku bunga dan masuknya pemodal kuat dalam pasar UMKM. Oleh sebab itu pemerintah mesti menjalankan strategi agar UMKM tetap ada, melalui kegiatan (dalam Wilantara dan Rully, 2016: 72): (a) kebijakan pencegahan penutupan usaha, (b)kebijakan untuk bertahan (*survival*), (c) kebijakan untuk mendukung pertumbuhan usaha. Selain itu diperlukan juga adanya upaya yang berkelanjutan (*sustainability*) dari berbagai lembaga dan kementerian di Pemerintah dan sektor perbankan untuk mengembangkan UMKM. Salah satu usaha yang telah dilakukan pemerintah adalah program pengembangan ekonomi produktif melalui pengembangan penghidupan berkelanjutan (P2B). Dalam hal ini pelaku UMKM mesti menjalankan kegiatannya berdasarkan pada azas berkelanjutan yaitu azas yang secara terencana mengupayakan berjalannya proses pembangunan melalui pemberdayaan UMKM yang dilakukan secara berkesinambungan sehingga terbentuk perekonomian yang tangguh dan mandiri.

## 2.2 Kajian terdahulu Yang Relevan

Penelitian yang berkaitan dengan UMKM sudah banyak dilakukan. Namun penelitian yang berkaitan dengan informasi publik dan jejaring komunikasi bisnis dengan kepatuhan pajak belum ada dilakukan. Penelitian sebelumnya meneliti kepatuhan pajak dengan variabel pengetahuan akuntansi, pemahaman akuntansi dan ketentuan pajak, kesadaran pajak, moral tax, serta meneliti dampak sebelum dan setelah diberlakukannya tarif pajak baru. Berikut kajiannya:

Kalsum dkk (2016) yang meneliti pada 100 UMKM di Kota Pekanbaru memperoleh hasil bahwa yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah pemahaman perpajakan dan kesadaran wajib pajak. Faktor yang dominan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah kesadaran wajib pajak.

Sumianto dan Heni (2015) menyatakan bahwa (1) Kepatuhan pajak dipengaruhi oleh pemahaman akuntansi dan pemahaman ketentuan pajak. Wajib pajak tidak membayar pajak disebabkan oleh tingginya tingkat kesulitan perpajakan, diantaranya keharusan paham akuntansi dan ketentuan perpajakan. Semakin tinggi pemahaman akuntansi dan ketentuan perpajakan, maka akan semakin baik pelaksanaan perpajakan dan akan semakin tinggi kepatuhan pajak.

Selanjutnya Widayanti dkk (2017) yang meneliti Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha (Business Sustainability) Pada UMKM Desa Jatisari, dengan 38 sampel, dan teknik purposive sampling serta analisis regresi linier sederhana. Disimpulkan bahwa pengetahuan keuangan (*financial literacy*) berpengaruh terhadap *business sustainability* UMKM sebesar 28,9 %

Pada kajian lain, Tatik (2018) menyatakan bahwa (1). Sebelum diberlakukan PP No. 23 tahun 2018, tidak ada pelaku UMKM yang patuh pajak dikarenakan: pertama mereka tidak tahu adanya PP tersebut. Kedua mereka yang tahu tidak bisa melaksanakan kewajiban pajak disebabkan oleh keterbatasan Sumber Daya Manusia dalam mengurus pembukuan dan perpajakan. Kedua sebab ini dipandang sebagai suatu hal yang merepotkan dan tidak mampu mengurus sendiri. (2) Setelah diberlakukan PP no. 23 tahun 2018, semua pelaku UMKM mengapresiasi kebijakan

penurunan tarif pajak dari 1% menjadi 0,5% dan bersedia bayar pajak, karena itu mereka butuh informasi lebih detail, bimbingan serta pelayanan ramah dan mudah dari kantor pajak.

Sedangkan Hendrawati (2017) menyatakan bahwa (1). Pengetahuan akuntansi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan informasi akuntansi pada UMKM. (2). Jenjang pendidikan, latar belakang pendidikan, masa memimpin perusahaan, skala usaha secara parsial tidak mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi. Pengetahuan akuntansi dan pemahaman akuntansi dengan baik diperlukan dalam rangka menggali dan memahami berbagai informasi yang berkaitan dengan akuntansi, perpajakan dan investasi.

Dipihak lain *Andi Syahrudin Alam dan Muhammad Iqbal Sultan* (2016) meneliti terhadap 123 sampel masyarakat kota Palu dengan teknik pengumpulan data menggunakan Angket. Adapun metode analisis data menggunakan korelasi antar variable. Hasil penelitiannya adalah bahwa terdapat pengaruh keterbukaan informasi publik melalui SITUNG *online* pilkada terhadap pengetahuan sebesar 5,6% dan terhadap sikap sebanyak 18% dan sedangkan pengaruh perilaku 20%. Meskipun pengaruh antar variabel lemah namun ketersediaan informasi publik berdampak terhadap audiens.



### 2.3 Hipotesis

Menurut Van Dijk, (1995: 17 ) bahwa pola pengetahuan, sikap dan ideologi akan kuat disebabkan laporan media yang berulang-ulang. Sementara itu Supriono (2016 : 236) menjelaskan bahwa undang undang perpajakan mempengaruhi perilaku manusia karena undang undang berusaha memotivasi wajib pajak untuk membayar pajak dalam jumlah dan waktu yang tepat, Oleh karena itu peranan media publik dalam menyediakan informasi publik mengenai perpajakan akan berdampak terhadap pemahaman dan kepatuhan pajak. sementara iitu Sumianto dan Heni (2015) menyatakan bahwa (1) Kepatuhan pajak dipengaruhi oleh pemahaman akuntansi dan pemahaman ketentuan pajak, artinya semakin tinggi pemahaman akuntansi dan ketentuan perpajakan, maka akan semakin baik pelaksanaan perpajakan dan akan semakin tinggi kepatuhan pajak. Selanjutnya hasil kajian yang dilakukan oleh Widayanti dkk (2017) yang meneliti Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha (Business Sustainability) Pada UMKM Desa Jatisari, dengan 38 sampel, dan teknik purposive sampling serta analisis regresi linier sederhana. Disimpulkan bahwa pengetahuan keuangan (*financial literacy*) berpengaruh terhadap *business sustainability* UMKM sebesar 28,9 %. Berdasarkan kajian Atkinson dalam Supriono (2016) mengatakan bahwa seseorang berusaha melakukan pekerjaan di pengaruhi oleh tiga dimensi yaitu (1) motivasi, (2) ekspektasi dan (3) insentif.. Karena itu ketersediaan informasi publik dan kepatuhan pajak dinilai sangat perlu sehingga akan menumbuhkan semangat mengembangkan jejaringan komunikasi bisnis Berdasarkan penjelasan ini maka hipotesis berikut :

HX1.1.= Informasi publik dapat mempengaruhi pemahaman wajib pajak dalam membayar pajak

HX1.2. =Informasi publik dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak

HX1.3.= Informasi publik dapat mempengaruhi *sustainability* usaha

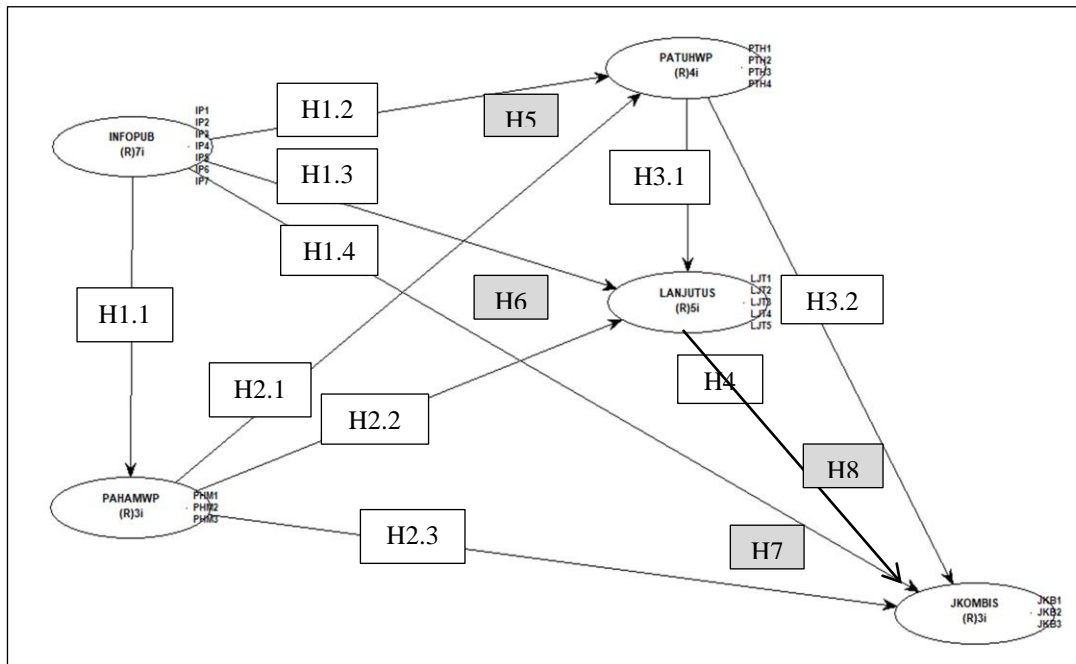
HX1.4.= Informasi publik dapat mempengaruhi pengembangan jaringan komunikasi bisnis

- HX2.1. =Pemahaman pajak wajib pajak dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak
- HX2.2.= Pemahaman pajak wajib pajak dapat mempengaruhi *sustainability* usaha
- HX2.3.=Pemahaman pajak wajib pajak dapat mempengaruhi pengembangan jaringan komunikasi bisnis
- HY1.1.= kepatuhan pajak wajib pajak mempengaruhi keberlanjutan usaha
- HY1.2. = Kepatuhan pajak wajib pajak mempengaruhi pengembangan jaringan komunikasi bisnis
- H4. =Keberlanjutan usaha dapat mempengaruhi pengembangan jaringan komunikasi bisnis
- H5 = Informasi publik mempengaruhi kepatuhan pajak wajib pajak dimediasi oleh pemahaman wajib pajak
- H6 =Informasi publik mempengaruhi keberlanjutan usaha di dimediasi oleh pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak
- H7 =Informasi publik mempengaruhi pengembangan jaringan komunikasi bisnis di dimediasi oleh pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha
- H.8. = kepatuhan wajib pajak berpengaruh terhadap pengembangan jaringan komunikasi dimediasi kelanjutan usaha

Hipotesis penelitian ini telah diuji dengan menggunakan software warppls 3.0, dengan penjelasan dibawah ini.

## 2.4 Disain Penelitian

Berdasarkan penjelasan sebelumnya maka disain penelitian ini adalah sebagai berikut:



Keterangan:

- |               |                              |
|---------------|------------------------------|
| INFOPUB (X1)  | = Informasi Publik           |
| PAHAMWP (X2)  | = Paham Wajib Pajak          |
| PATUHWP (Y1)  | = Kepatuhan Wajib Pajak      |
| LANJUTUS (Y2) | = Lanjut Usaha               |
| JKOMBIS (Y3)  | = Jaringan Komunikasi Bisnis |

Direct Effect = (1) X1→X2; (2) X1→X2; (3) X1→X3; (4) X1→X4.....(H1)  
 (5) X2→X1; (6)X2→X2; (7) X2→X3;.....(H2)  
 (8) Y1→Y2; (9)Y1→Y3; .....(H3)  
 (10) Y2→Y3; .....(H4)

Indirect Effect = (11) X1→X2-Y1.....(H5)  
 (12) X1→X2→Y2.....(H6)  
 (13) X1→X2→Y3.....(H7)  
 (14) Y1→Y2→Y3.....(H8)

**Gambar 2. 1** Desain Penelitian Pengaruh Ketersediaan Informasi Publik, Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Pajak, *Sustainability* Usaha Dan Pengembangan Jejaringan Komunikasi Bisnis Umkm Di Pekanbaru

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dimana metode penelitiannya berlandaskan pada filsafat positivisme.

#### **3.1.2 Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM di Pekanbaru. aktif yang terdaftar sebanyak 13.639 UMKM. Berdasarkan pada Peraturan Wali Kota (Perwako) no.96 Tahun 2015 UMKM yang telah memiliki Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) adalah sebanyak 1.516 usaha, sehingga diperoleh sampel sebanyak 316 UMKM. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus **Rumus Slovin** :

$$n = N/N(d)^2 + 1$$

Keterangan:

n = sampel; N = populasi; d = nilai presisi 95% atau sig. = 0,05.

#### **3.1.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah dengan menyebarkan kuisioner kepada responden. Dan teknik angket merupakan data primer. Sumber data peneliti adalah pelaku UMKM di Kota Pekanbaru.

#### **3.1.4 Pengertian dan Pengukuran Variabel Operasional**

Variabel independen penelitian ini adalah ketersediaan informasi public (X1) dan pemahaman wajib pajak (X2). Variabel dependennya adalah kepatuhan wajib pajak (Y1) dan *sustainability* usaha (Y2) dan Pengembangan jaringan komunikasi bisnis (Y3). Lebih jelasnya dapat dilihat pada table 3.4 berikut :

<b>Tabel 3.4</b>	
<b>Defenisi dan Pengukuran Variabel Oprasional Penelitian</b>	
<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>
Informasi Publik (X <sub>1</sub> )	1. Akses Media (X <sub>1.1</sub> ) 2. Konten Media (X <sub>1.2</sub> ) 3. Orientasi Media (X <sub>1.3</sub> )
Pemahaman wajib pajak (X <sub>2</sub> )	1. Ketentuan Pajak (X <sub>2.1</sub> ) 2. Menghitung Pajak (X <sub>2.2</sub> ) 3. menghitung sendiri pajak penghasilan yang mesti dibayar (X <sub>2.2</sub> )
Kepatuhan wajib pajak UMKM (Y <sub>1</sub> )	1. Tidak menunggak (Y <sub>1.1</sub> ) 2. Tepat waktu (Y <sub>1.2</sub> ) 3. Sesuai tarif (Y <sub>1.3</sub> ) 4. Jujur, benar dan lengkap (Y <sub>1.4</sub> )
Keberlanjutan Usaha ( <i>Sustainability of bussines</i> ) (Y <sub>2</sub> )	1. Memiliki izin usaha 2. Kesempatan sama 3. Miliki fasilitas usaha 4. Optimis berkembang 5. Akses mendapatkan modal
Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis (Y <sub>3</sub> )	1. Mitra dengan asosiasi 2. Mitra dengan pemerintah 3. Promosi offline 4. Promosi online

Sumber: data olahan 2020

### 3.1.5 Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif untuk menjelaskan data dan analisis multivariate untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dibantu oleh program WarpPLS 6.0.

Persamaan penelitian ini sebagai berikut :

$$Y_{1,2,3} = a + b.X_1 + bX_2 + e$$

Dimana :

X<sub>1</sub> : Informasi Publik

X<sub>2</sub> : Pemahaman Wajib Pajak

Y<sub>1</sub> : Kepatuhan Wajib Pajak

Y<sub>2</sub> : *Sustainability*

Y<sub>3</sub> : Pengembangan Jejaringan Komunikasi Bisnis

a : Nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila X = 0

b :Koefisien regresi, yaitu angka pada variable terikat yang didasarkan pada variable bebas.

Rumusan nilai a dihitung dengan :

$$a = \frac{\Sigma Y - b \Sigma X}{n}$$

Nilai b dihitung dengan rumus:

$$b = \frac{n \Sigma XY - \Sigma X \Sigma Y}{n \Sigma^2 - (\Sigma X)^2}$$

Taraf signifikan jikalau nilai probabilitas (signifikansinya) kecil dari  $\alpha = 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak apabila sebaliknya tingkat probabilitas (signifikansi) besar dari  $\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, jelasnya dapat dilihat dirumus pada berikut:

Dengan skor koefisien Korelasi yang menjadi patokan sebagaimana berikut :

- 0,00 - 0,199 : Paling Rendah
- 0,20 - 0,399 : Rendah
- 0,40 - 0,599 : Cukup Kuat
- 0,60 - 0,799 : Kuat
- 0,80 - 1,000 : Sangat kuat

Persamaan Umum Struktural dijabarkan dari persamaan diatas, sebagai berikut:

**Endogen (Y) = Eksogen (X) + Error**

- Paham wajib pajak (X1)= Infopub (X1)+ Error .....H1
- Kepatuhan wajib pajak (Y1) = Infopub (X1)+ Error .....H2
- Kepatuhan wajib pajak (Y1) = Paham wajib pajak (X2)+ Error.....H3
- Kelanjutan usaha (Y2)=Informasi publik (X1) )+ Error .....H4
- Kelanjutan usaha (Y2)=Paham wajib pajak (X2) )+ Error.....H5
- Kelanjutan usaha (Y2)=Kepatuhan wajib pajak (Y1) )+ Error .....H6
- Jarkombis (Y3)= Informasi publik (X1) )+ Error .....H7
- Jarkombis (Y3)= Paham wajib pajak (X2) )+ Error.....H8
- Jarkombis (Y3)= Kepatuhan wajib pajak (Y1) )+ Error .....H9
- Jarkombis (Y3)= Kelanjutan usaha (Y2) )+ Error.....H10

Patuhwp (Y1) = Inforpub (X1) + Inforpub (X1) X Pahamwp (X2) + Z1(H11)

Lanjutus (Y2) = Inforpub (X1) + Inforpub (X1) X Pahamwp (X2) + Z2(H12)

$$\text{Jarkombis}(Y3) = \text{Infopub}(X1) + \text{Infopub}(X1) \times \text{Pahamwp}(X2) + Z3(H13)$$

$$\text{Jarkombis}(Y3) = \text{Patuhwp}(Y1) + \text{Patuhwp}(Y1) \times \text{Lanjutus}(Y2) + Z4(H14)$$

Persamaan Model Pengukuran:

$$X1.1 = \beta_1 \text{ Infopub} + \varepsilon_1$$

$$X1.2 = \beta_2 \text{ Infopub} + \varepsilon_2$$

$$X1.3 = \beta_3 \text{ Infopub} + \varepsilon_3$$

$$X1.4 = \beta_4 \text{ Infopub} + \varepsilon_4$$

$$X1.5 = \beta_4 \text{ Infopub} + \varepsilon_4$$

$$X1.6 = \beta_4 \text{ Infopub} + \varepsilon_4$$

$$X1.7 = \beta_4 \text{ Infopub} + \varepsilon_4$$

$$X2.1 = \beta_1 \text{ Pahamwp} + \varepsilon_1$$

$$X2.2 = \beta_2 \text{ Pahamwp} + \varepsilon_2$$

$$X2.3 = \beta_3 \text{ Pahamwp} + \varepsilon_3$$

$$Y1.1 = \beta_1 \text{ Patuhwp} + \varepsilon_1$$

$$Y1.2 = \beta_2 \text{ Patuhwp} + \varepsilon_2$$

$$Y1.3 = \beta_3 \text{ Patuhwp} + \varepsilon_3$$

$$Y1.4 = \beta_3 \text{ Patuhwp} + \varepsilon_3$$

$$Y2.1.1 = \beta_1 \text{ Lanjutus} + \varepsilon_1$$

$$Y2.1.2 = \beta_1 \text{ Lanjutus} + \varepsilon_1$$

$$Y2.1.3 = \beta_1 \text{ Lanjutus} + \varepsilon_1$$

$$Y2.1.4 = \beta_1 \text{ Lanjutus} + \varepsilon_1$$

$$Y2.1.5 = \beta_1 \text{ Lanjutus} + \varepsilon_1$$

$$Y3.1.1 = \beta_2 \text{ Jarkombis} + \varepsilon_2$$

$$Y3.1.2 = \beta_2 \text{ Jarkombis} + \varepsilon_2$$

$$Y3.1.3 = \beta_2 \text{ Jarkombis} + \varepsilon_2$$

**Keterangan:**

INFOPUB (X1) = Informasi Publik

PAHAMWP (X2) = Paham Wajib Pajak

PATUHW (Y1) = Kepatuhan Wajib Pajak

LANJUTUS (Y2) = Lanjut Usaha

JKOMBIS (Y3) = Jaringan Komunikasi Bisnis

$\beta_{1,2,3,4...7}$  adalah faktor loading dari indikator X1 ke konstruk Informasi Publik.

$\beta_{1,2,3}$  adalah faktor loading dari indikator X2 ke konstruk Pemahaman Wajib Pajak

$\beta_{1,2,3,4}$  adalah faktor loading dari indikator Y1 ke konstruk Kepatuhan Wajib Pajak

$\beta_{1,2,3,4,5}$  adalah faktor loading dari indikator Y2 ke konstruk Kelanjutan Usaha

$\beta_{1,2,3,4}$  adalah faktor loading dari indikator Y3 ke konstruk Pengembangan Jaringan

Komunikasi Bisnis

Pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM). SEM digunakan dalam analisis multivariate disebabkan oleh:

1. SEM dapat menguji model penelitian secara kompleks secara simultan.
2. SEM dapat menganalisis variabel yang tidak dapat diukur langsung (*unobserved variables*) dan memperhitungkan kesalahan pengukurannya.

Pengujian SEM-PLS bergantung kepada kualitas uji Validitas, reliabilitas dan kelayakan model pengukuran (*goodness of fit test*). Ada dua tahap pengujian dalam penelitian ini yaitu:

1. Analisis deskriptif data
2. Analisis hipotesis

Tahapan analisis data dengan SEM-PLS (Solihin, 2013, hal.16) terdiri dari :

#### **A. Model Pengukuran Reflektif**

1. Analisis validitas serta reliabilitas masing-masing konstruk dan variabel laten.

Reliabilitas konsistensi internal: *composite reliability* dan *cronbach alpha* lebih besar dari 0,70 (dalam penelitian eksplorasi 0,60 – 0,70 masih dapat diterima).

Validitas konvergen: loading indikator lebih besar dari 0,70

Validitas diskriminan:

- 1) Kuadrat *Average Variance Extracted* (AVE) lebih besar daripada korelasi antar konstruk
  - 2) Loading indikator yang diukur lebih besar daripada loading ke konstruk lain (*cross-loading* rendah).
2. Evaluasi kelayakan (*goodness of fit*) menggunakan beberapa indikator model pengukuran, yaitu *Average Path Coefficient* (APC), *Average R-Squared* (ARS), dan *Average Variance Inflation Factor* (AVIF). Nilai APC dan ARS harus lebih kecil dari 0,05 atau berarti signifikan. Selain itu nilai AVIF sebagai indikator multikolonieritas harus lebih kecil dari 5



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskriptif Data**

Pada Bab ini akan di sajikan dua bagian yakni bagian hasil penelitian yang berisikan mengenai identitas responden serta tanggapan responden mengenai pertanyaan yang di ajukan dalam bentuk angket. Peyajian data mengenai tanggapan responden ini dalam bentuk diskriptif kuantitatif sementara itu sajian bagian kedua ialah analisis terhadap data yang telah di kumpulkan.

Analisis dilakukan dengan metode word LPS yaitu untuk melihat bagaimana hubungan serta bagaimana kontribusi variable X terhadap Variabel Y. analisis ini diharapkan mampu memberikan gambaran kunatitatif mengenai hubungan kontribusi antar variable yang di kaji.

Dalam laporan ini pertama akan disajikan mengenai tanggapan responden mengenai pertanyaan angket yang di sebarakan kepada 300 responden namun setelah dilakukan verifikasi, maka angket yang dapat dianalisis sebanyak 285 responden kerena dari 300 reseponden ditemukan sebanyak 15 responden yang tidak lengkap menjawab pertanyaan berkaitan dengan varibel X dan varibel Y. Berikut ini disajikan tabel 4.1. mengenai sampel yang digunakan dalam penelitian:

**Tabel 4. 1 Sampel Penelitian**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Sampel	316	
Kuisisioner terkumpul	300	95%
Data tidak lengkap	15	5%
Sampel digunakan	285	90%

Sumber: data olahan 2021

Kesempurnaan responden dalam mengisi poin-poin dalam jawaban angket di nilai sebagai bagian yang sangat penting, hal itu disebabkan kesempurnaan isian jawaban responden akan memperngaruhi hasil analisis terhadap variable kajian dalam penelitian ini. Penyajian bagian pertama ini terbagi kepada tiga bagian yaitu pertama bagian idenetitas responden, kedua bagian respon variable X dan bagian ketiga disajikan mengenai tanggapan responden mengenai Variabel Y. lebih jelas dapat di lihat pada penjelas berikut.

#### 4.1.1 Identitas Responden

Identitas responden terbagi kepada tiga klasifikasi yakni, jenis Usaha, pendidikan, Modal usaha, dan kondisi usaha disaat pondemi covid 19 para pelaku UMKM di kota Pekanbaru, lebih jelas dapat dilihat lebih lanjut:

##### 4.1.1.1 Jenis Usaha Responden

Jenis usaha responden adalah jenis usaha yang sedang di geluti oleh pelaku UMKM termasuk sebagai sampel dalam penelitian, jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut :

**Tabel 4. 2 Jenis Usaha Responden**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Dagang	236	82,8
2	Industri	4	1,4
3	Jasa	40	14,0
4	Lain-lain	3	1,1
5	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.2 di atas maka dapat dilihat bahwa sebanyak 236 orang atau 82,8 persen jenis usaha UMKUK adalah pedangan, selanjutnya disusul oleh pelaku dalam bidang Jasa sebanyak 40 atau 14.% responden, kemudian pelaku Industri sebanyak 4 atau 2,4% responden dan terakhir oleh pelaku UMKM lain-lain sebanyak 3 ata 1.1% dari total 285 responden.

##### 4.1.1.2 Pendidikan Pelaku UMKK

Selanjutnya identitas responden berkaitan dengan tingkat pendidikan responden, lebih jelaskan lihat table 4.2 berikut.

Tabel 4.3 menjelaskan bahwa mayoritas pendidikan pelaku responden adalah tamatan sekolah Lanjutan atas (SLTA) sebanyak 182 (63.9%) responden selanjutnya diikuti oleh tamatan Diploma/S1 sebanyak 53 (18.6%) responden, kemudian sebanyak 32 (11.2%) responden tamat sekolah lanjutan pertama (SLTP) dan terakhir tamat Sekolah dasar (SD) sebanyak 9 (3.2%) dari total 285 responden.

**Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	SD	9	3,2
2	SLTP	32	11,2
3	SLTA	182	63,9
4	Dipl/Sarjana	53	18,6
5	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

#### 4.1.1.3 Modal Usaha Pelaku Usaha UMKM Responden

Menyinggung mengenai modal usaha UMKM responden dapat dilihat pada table 4.4 berikut :

**Tabel 4. 4 Modal Usaha**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Kurang dari 50 Jt	222	77,9
2	Rp. 50 - 500 jt	61	21,4
3	Rp. 500 s/d 1 M	1	0,4
4	4.00	1	0,4
5	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Pada Tabel 4.4 diatas dapat di lihat bahwa modal usaha pelaku UMKM responden dimana yang bermodal 500 jt s/d 1 M hanya sebanyak 4% (1) responden, sementara memiliki model usaha sebesar 50 s/d 500 jt sebanyak 61 (21.4%) responden sedangkan modal usaha Responden yang dominan adalah bermodalkan kurang dari 50 jt adalah sebanyak 222 (77.9%) dari 285 total responden.

#### 4.1.1.4 Omset Penjualan UMKM Responden Selama Pondemi Covid 19

Menyangkut kondisi UMKM sampel kajian, memiliki kondisi yang berbeda selama pondemi covid 19, untuk lebih terangnya dapat dilihat pada table 4.5 selanjutnya:

**Tabel 4. 5 Omset Penjualan Selama Pandemi Covid 19**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Kurang dari 50 Jt	222	77,9
2	Rp. 50 - 500 jt	61	21,4
3	Rp. 500 s/d 1 M	1	0,4
4	4.00	1	0,4
5	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Dari table 4.5 diatas digambarkan bahwa kondisi omset UMKM sampel selama pondemi Covid 19, memiliki kondisi cukup variatif, berdasarka table tersebut maka terdapat penurunan Omset penjualan UMKM sampel sebesar 29,5% (84) responde mengalami penurut lebih dari 30% dari omsetnya, selanjutnya penurun omset sebesar 25 % s/d 30% sebanyak 52 (18,2%) responden, berikutnya penurunan omset paling dominan adalah penurunan omset sebesar 20% s/d 25% yakni sebanyak 92 (32.3%) responden, sedangkan responden yang penurunan omsetnya kurang dari 20% sebanyak 55 (19.3) responden dari 285 total responden.

#### **4.1.2 Tanggapan Responden**

#### **4.1.3 Tanggapan Mengenai Informasi Publik**

Pada bagian ini disajikan data berhubungan dengan tanggapan responden mengenai informasi public (variabel X1) dengan tujuh pertanyaan dan Pemahaman Perpajakan (X2) dengan tiga pertanyaan, lebih jelasnya akan uraikan sebagai berikut :

##### **4.1.3.1 Informasi Publik (X1)**

Salah satu varibel dalam kajian ini Informasi Publik maksudnya berkaitan dengan ketersediaan Informasi Publik yang disediakan oleh penyelenggara urusan public, untuk variable iformasi Publik ini terdapat 3 indikator yaitu Akses infromasi public, Konten Informasi Publik dan Orietasi Informasi Publik, pejelasan lebih detail akan dibahas pada penjelasan berikut ini.

##### **4.1.3.1.1 Akses Informasi Publik. (X1.1)**

Maksud dari akses Informasi Publik ini adalah adanya kemudahan bagi responden dalam akses Informasi Publik. Akses informasi public di bagi kepada 3 indikator sebagai berikut :

##### **4.1.3.1.1.1 Kemudahan Akses Informasi Publik.**

Maksud dari kemudahan akses informasi public di sini adalah kemudahan responden dalam akses informasi public ini bervariasi, lebih jelas bisa di lihat pada tabel 4.6 berikut :

**Tabel 4. 6 Kemudahan Akses Informasi Publik**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	8	2,8
2	Kurang setuju	38	13,3
3	Cukup Setuju	117	41,1
4	Setuju	111	38,9
5	Sangat Setuju	11	3,9
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas maka tingkat kemudahan responden dalam mengakses Informasi Publik bervariasi, lebih jelasnya bahwa responden yang menyatakan sangat mudah dalam mengakses informasi Publik adalah sebanyak 11 (3,9%), selanjutnya yang menyatakan setuju untuk mengakses ialah sebanyak 111 (38,9%), berikutnya disusul oleh pernyataan cukup setuju sebesar 41,1% (117) responden, dan yang menyatakan kurang setuju sebanyak 38 (13,3%), sedangkan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 8 (2,8%) dari 285 Total responden.

#### **4.1.3.1.1.2 Akses Informasi Publik Via Media Konvensional**

Menyinggung masalah akses informasi public dikaitkan dengan media apa mengakses informasi public tersebut. Akses informasi public konvensional yang dimaksud disini yakni media konvensional adalah media berkategori media Elektronik seperti TV,radio, media Cetak massa maupun nirmassa seperti Koran, majalah, brosur dan lainnya yang digunakan responden untuk mendapatkan informasi Publik mengenai perpajakan.

Jelasnya tanggapan responden tersebut dapat dilihat pada table 4.7 dimana terdapat secara berurutan dari urutan terkecil ke besar maka sebanyak 9 (3,2%) responden menyatakan mereka mengakses informasi public melalui media konvensional, dan selanjutnya sebanyak 20 (7%) menyatakan sangat setuju, selanjutnya sebanyak 57 (20 %) menyatakan kurang setuju, kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 95 (33,3%) sedangkan yang menyatakan cukup setuju sebanyak 103 (36,1%) dari 285 total responden. Lebih jelas dapat dilihat pada table 4.7 berikut :

**Tabel 4. 7 Akses Informasi Publik Media Konvensional**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	9	3,2
2	Kurang setuju	57	20,0
3	Cukup Setuju	103	36,1
4	Setuju	95	33,3
5	Sangat Setuju	20	7,0
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

#### 4.1.3.1.3 Akses Informasi Publik Via New Media

Instrumen yang berkaitan juga dengan media yang digunakan oleh responden dalam mendapatkan informasi public adalah Newmedia, yang termasuk dalam kategori Newmedia dalam kajian ini meliputi, WhatsApp (WA), Face book, Medsos, Youtube, Web. Instagram, internet. Lebih jelas mengenai hal tersebut dapat di lihat pada table 4.8 berikut ini :

**Tabel 4. 8 Akses Informasi Publik New Media**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	12	4,2
2	Kurang setuju	62	21,8
3	Cukup Setuju	95	33,3
4	Setuju	86	30,2
5	Sangat Setuju	30	10,5
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Menurut tabel 4.8 diatas responden yang menyatakan sangat setuju bahwa mereka mengakses informasi public melalui NewMedia sebanyak 30 (10,5%), berikut yang menyatakan setuju sebanyak 86 (30,2%) selanjutnya sebanyak 95 (33,3%) menyatakan cukup setuju, dan untuk menyatakan kurang setuju sebanyak 62 (21,8%) sedangkan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 12 (4,2%) dari total 285 responden.

#### 4.1.3.1.2 Kontens Informasi Publik (X1.2)

Penjelasan berikut ini mengenai Konten Informasi Publik maksudnya yaitu pemahaman responden terhadap konten/isi pesan yang mereka akses baik di melalui media konvensional maupun Newmedia. Untuk klasifikasi ini terdapat dua

instrumen yakni pertama kejelasan isi pesan dan kedua tingkat pemahaman responden terhadap isi pesan yang mereka akses tersebut. lebih jelas gambaran varians jawaban responden tentang kejelasan isi pesan yang mereka akses dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut :

**Tabel 4. 9 Konten Informasi Publik Tentang Pajak Jelas**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	11	3,9
2	Kurang setuju	31	10,9
3	Cukup Setuju	94	33,0
4	Setuju	134	47,0
5	Sangat Setuju	15	5,3
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Tabel 4.9 diatas menggambarkan bahwa yang menyatakan sangat tidak setuju mereka paham mengenai isi pesan dari informasi public yang mereka akses sebanyak 11 (3,9%) selanjutnya menyatakan Sangat Setuju sebanyak 15 (5,3%), dan sebanyak 31 (10,95) menyatakan kurang setuju, berikutnya sebanyak 94 (33%) menyatakan cukup setuju sedangkan yang menyatakan setuju adalah yang paling banyak yakni 134 (47%) dari 285 total responden.

Sedangkan berkaitan dengan tingkat pemahaman responden tentang isi pesan Informasi public yang mereka akses dapat dilihat pada table 4.10 berikut :

**Tabel 4. 10 Konten Paham Isi Informasi Publik Tentang Pajak**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	10	3,5
2	Kurang setuju	39	13,7
3	Cukup Setuju	105	36,8
4	Setuju	122	42,8
5	Sangat Setuju	9	3,2
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Pada table 4.10 digambarkan banyak responden yang menyatakan mereka sangat paham isi pesan sebanyak 9 (3,2%) dan sebanyak 122 (42,8%) menyatakan setuju, selanjutnya yang menyatakan cukup setuju sebanyak 105 (36,8%), berikutnya yang menyatakan kurang setuju sebanyak 39 (13,7%) sementara yang

menyatakan sangat tidak setuju adalah sebanyak 10 (3,5%) dari 285 total responden.

#### 4.1.3.1.3 Orientasi Akses Informasi Publik

Maksud dari Orientasi Akses Informasi Publik adalah mengenai tujuan dari responden mendapatkan informasi public tersebut, dalam indicator orientasi akses informasi public ini terdapat 2 instrumen yakni akses informasi public dengan orientasi edukasi artinya bertujuan untuk sarana pendidikan bagi mereka mengenai perpajakan disisi lain orientasi akses informasi public ini adalah untuk mengupdate informasi mengenai perpajakan yang telah mereka ketahui sebelumnya.

Kejelasan orientasi akses informasi public ini terdapat dua table yaitu table 4.10 dan tabel 4.11 berikut ini :

Dalam tabel 4.11 dibawah ini menjelaskan mengenai orientasi responen mengakses informasi public. Dari 285 total responden, maka sebanyak 9 (3,2%) menyatakan sangat kurang setuju orientasi mereka mengakses sebagai sarana pendidikan (edukasi), sebanyak 22 (7,7%) menyatakan kurang setuju, dan menyatakan sangat setuju sebanyak 23 (8,1%) sementara itu responden yang menyatakan cukup setuju sebanyak 73 (25,6%) sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 158 (55,4%) responden.

**Tabel 4. 11 Orientasi Ketersediaan Informasi Publik Untuk Dapat Belajar**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	9	3,2
2	Kurang setuju	22	7,7
3	Cukup Setuju	73	25,6
4	Setuju	158	55,4
5	Sangat Setuju	23	8,1
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Menyinggung penekanan orientasi responden untuk mengupdate informasi mengenai perpajakan yang telah mereka ketahui selama ini, dapat dilihat pada tabel 4.12 sebagaimana berikut :



**Tabel 4. 12 Orientasi Ketersediaan Informasi Publik Untuk menambah Informasi**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak paham/ update informasi	5	1,8
2	Kurang Paham /update informasi	22	7,7
3	Cukup Paham	66	23,2
4	Paham/update informasi	157	55,1
5	Sangat Paham/ update informasi	35	12,3
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Tabel 4.12 diatas menjelaskan tentang orientasi responden informasi public lebih ditekankan untuk meningkatkan / mengupdate informasi perpajakan yang telah ketahui sebelumnya, dalam table 4.11 dijelaskan bahwa yang paling banyak menyatakan akses informasi menambah pemahaman/ update informasi yang telah mereka ketahui sebanyak 157 (55,1%) berikutnya di susul dengan pernyataan cukup paham kata lain menambah pemahaman yang sudah ada sebanyak 66 (23,2%) dan menyatakan sangat paham sebanyak 35 (12,3%) dan urutan berikutnya yaitu menyatakan kurang paham sebanyak 22 (7,7%) sedangkan yang menyatakan orientasi akses media untuk menambah pemahaman / updata informasi yang telah mereka miliki selama ini sebanyak 5 (1,8%) dari 285 total responden.

#### **4.1.4 Tanggapan Pemahaman Wajib Pajak (X2)**

Varibel Dependen dalam kajian ini adalah pemahaman pajak yakni berkaitan dengan tingkat pemahaman responden terhadap perpajakan. Dalam variabel ini maka terdapat satu indicator dengan 3 instrumen penelitiannya yaitu pertama Pemahaman responden mengenai Ketentuan Pajak tentang pelaporan, pembayaran dan saksi pajak, kedua berhubungan dengan pemahaman responden terhadap jenis penghasilan usaha yang dapat dikenai pajak (PKP) bagi UMKM dan ketiga berkaitan dengan pemahaman responden dalam menghitung sendiri pajak penghasilan yang mesti dibayar.

Lebih jelas tanggapan responden berkenaan dengan ketiga instrument tersebut akan dijelaskan dalam Tabel dibawah ini sebagai berikut :

**Tabel 4. 13 Paham Wajib Pajak Buat Laporan, Pembayaran dan Sanksi**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak paham	10	3,5
2	Kurang Paham	88	30,9
3	Cukup Paham	86	30,2
4	Paham	75	26,3
5	Sangat Paham	25	8,8
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Tabel 4.13 menjelaskan tanggapan responden yang paham perpajakan berhubungan dengan kemampuan membuat laporan , tempat membayar dan saksi tidak membayar pajak, maka didapatkan bahwa responden yang menyatakan paham dengan hal tersebut diatas secara berurutan adalah sebanyak 10 (3,5%) menyatakan sangat tidak paham, kemudian yang menyatakan sangat paham sebanyak 25 (8,8%), selanjunya yang menyatakan paham sebanyak 75 (26,3%) kemudian sebanyak 86 (30,2%) menyatakan cukup paham sedangkan yang menyatakan kurang paham adalah yang terbanyak yaitu 88 (30,9%) dari total 285 responden.

Disisi lain berkaitan dengan tingkat pahaman responden terhadap jenis penghasilan usaha yang dapat dikenai pajak (PKP) bagi UMKM dapat di lihat pada tabel 4.14 sebagaimana berikut :

**Tabel 4. 14 Paham Wajib Pajak Paham Penghasilan Kena Pajak (PKP) bagi UMKM**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak paham	7	2,5
2	Kurang Paham	110	38,6
3	Cukup Paham	84	29,5
4	Paham	67	23,5
5	Sangat Paham	17	6,0
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Dilihat dari tabel 4.14 berkenan dengan nyata responden tentang pemahaman mereka tentang perpajakan yaitu tingkat pahaman responden terhadap jenis penghasilan usaha yang dapat dikenai pajak (PKP) bagi UMKM, ditemukan sebanyak 110 (38,6%) menyatakan kurang paham, berikutnya yang menyatakan

cukup paham sebanyak 84 (29,5%) selanjutnya di ikuti oleh pernyataan paham sebanyak 67 (23,5%) dan yang menyatakan sangat paham sebanyak 17 ( 6%) sedangkan yang menyatakan sangat tidak paham adalah sebanyak 7 (2,5%) dari 285 total responden.

Pada Sudut lain, pernyataan responden yang Paham menghitung sendiri pajak penghasilan yang mesti dibayar, dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut :

**Tabel 4. 15 Paham Wajib Pajak Paham Menghitung Pajak Sendiri Yang Mesti Dibayar**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	16	5,6
2	Kurang setuju	83	29,1
3	Cukup Setuju	100	35,1
4	Setuju	70	24,6
5	Sangat Setuju	16	5,6
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, ditemukan sebanyak 16 (5,6%) yang menyatakan Sangat tidak setuju serta yang menyatakan Sangat setuju, selanjutnya yang menyatakan setuju sebanyak 70 (24,6%) dan menyatakan kurang setuju sebanyak 83 (29,1%) sedangkan yang paling dominan menyatakan cukup setuju sebanyak 100 (35,1%) dari 285 total responden.

#### **4.1.5 Tanggapan Kepatuhan Wajib Pajak**

Pada variabel kepatuhan wajib pajak dibagi kepada tiga indikator yaitu indikator pemahaman pajak responden dengan 2 pertanyaan, selanjutnya indikator Sesuai ketentuan (tarif) serta indikator Jujur, Benar dan Lengkap beri data pajak masing –masing memiliki satu pertanyaan.

Untuk lebih jelas mengenai pernyataan responden berkaitan dengan indikator tersebut akan diuraikan dalam tabel sebagai berikut :

##### **4.1.5.1 Patuh Membayar Semua Jenis Pajak**

Pada tabel 4.15 dibawah ini di jelaskan bahwa responden yang menyatakan patuh dalam membayar serta jenis pajak kecuali yang tidak dikenakan, maka

sebanyak sangat tidak setuju sebanyak 5 (1,8%) dan yang menyatakan kurang setuju sebanyak 19 (6,7%) selanjutnya masing-masing sebanyak 122 (42,8%) menyatakan cukup setuju dan setuju, kemudian yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 (6%) dari 285 total responden.

**Tabel 4. 16 Patuh Pajak Membayar Semua Jenis Pajak kecuali Yang Tidak Kena Pajak**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	5	1,8
2	Kurang setuju	19	6,7
3	Cukup Setuju	122	42,8
4	Setuju	122	42,8
5	Sangat Setuju	17	6,0
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Sementara itu instrumen pemahaman pajak kedua adalah responden menyampaikan SPT pajak sesuai dengan *Jadwal* yang telah di tentukan, lebih konkrit dapat dilihat pada tabel 4.17 sebagaimana berikut ini :

**Tabel 4. 17 Patuh pajak, Penyampaian SPPT Sesuai Jadwal**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	9	3,2
2	Kurang setuju	27	9,5
3	Cukup Setuju	109	38,2
4	Setuju	117	41,1
5	Sangat Setuju	23	8,1
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Dalam tabel 4.17 diatas digambarkan bahwa dari 285 total responden, maka sebanyak 9 (3,2%) responden menyatakan sangat tidak setuju, dan sebanyak 27 (9,5%) mereka menyatakan kurang setuju, sedangkan yang menyatakan cukup setuju sebanyak 109 (38,2%) berikutnya sebanyak 117 (41,1%) menyatakan cukup setuju sementara itu yang menyatakan sangat setuju sebanyak 23 (8,1%) responden.

#### 4.1.5.2 Membayar pajak sesuai ketentuan pajak

Penjelasan berikut berhubungan dengan pernyataan responden setuju membayar pajak sesuai dengan *ketentuan tarif* pajak dapat dilihat pada tabel 4.18 Merujuk kepada tabel 4.18 diatas maka sebanyak 22 (7,7%) responden

menyatakan bahwa mereka setuju membayar pajak sesuai ketentuan tariff pajak, selanjutnya sebanyak 144 (50,5%) menyatakan setuju, kemudian yang menyatakan cukup setuju sebanyak 90 (31,6%) lebih lanjut sebanyak 24 (8,4%) menyatakan kurang setuju selanjutnya yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 5 (1,8%) dari 285 total responden.

**Tabel 4. 18 Patuh pajak. Bayar Pajak Sesuai Tarif Pajak**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	5	1,8
2	Kurang setuju	24	8,4
3	Cukup Setuju	90	31,6
4	Setuju	144	50,5
5	Sangat Setuju	22	7,7
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

#### 4.1.5.3 Jujur, Benar dan Lengkap dalam memberikan data pajak

Kategori Indicator ketiga dari kepatuhan wajib pajak UMKM adalah kejujuran, benar dan kelengkapan dalam memberi data berkenaan dengan data pajak, maka ditemukan bahwa sebanyak 4 (1,4%) menyatakan sangat tidak setuju, kemudian yang menyatakan kurang setuju sebanyak 14 (4,9%) kemudian sebanyak 64 (22,5%) menyatakan cukup setuju, berikutnya yang menyatakan setuju sebanyak 151 (53 %) berikutnya sebanyak 52 (18,2%) menyatakan sangat setuju dari 285 total responden. Lebih jelasnya dapat dilihat sebagaimana pada tabel 4.19 berikut :

**Tabel 4. 19 Patuh pajak.Mengisi SPT jujur,lengkap dan Benar seui ketuntan**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	4	1,4
2	Kurang setuju	14	4,9
3	Cukup Setuju	64	22,5
4	Setuju	151	53,0
5	Sangat Setuju	52	18,2
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

#### 4.1.6 Tanggapan Kelanjutan Usaha

Berkaitan dengan Indikator variable kajian sustainability (keberlanjutan) usaha adalah responden yakin usaha mereka akan berkembang atau paling tidak mampu bersaing dengan pelaku usaha yang sama. Pada indicator ini terdapat lima instrument yakni, Nyaman menjalankan/ melanjutkan usaha karena memiliki kelengkapan perizinan usaha Dengan adanya kelengkapan berbagai perizinan usaha, merasa diberlakukan/diberi kesempatan yang sama serta mampu bersaing dengan pengusaha lain, Dengan situasi dan fasilitas usaha saya selama ini, saya Optimis usaha bisa berlanjut, Kebijakan pemerintah menurunkan tarif pajak dan dapat membantu keberlangsungan usaha saya selama Pandemi Covid 19 dan Optimis usaha bisa berkembang jika diberi kemudahan mendapatkan tambahan modal dari pihak ketiga (bank, koperasi, Lembaga keuangan dan lain-lain),

Lebih jelas mengenai tanggapan responden mengenai instrument dari indicator Sustainability usaha ini dapat dilihat pada penjelasan melalui tabel-tabel berikut :

##### 4.1.6.1 Kenyamanan dalam berusaha

Diantara instrument sustainability usaha responden adalah meraya nyaman dalam berusaha, kata lain kenyamanan berusaha akan bertambah apabila responden memiliki surat izin dalam berusaha. Lebih jelasnya bagaimana tanggapan responden dapat dilihat pada tabel 4. 19 berikut :

**Tabel 4. 20 Sustainability. Nyaman dalam Menjalan Usaha karena ada izin**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	2	,7
2	Kurang setuju	9	3,2
3	Cukup Setuju	46	16,1
4	Setuju	162	56,8
5	Sangat Setuju	66	23,2
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Dilihat dari tabel 4.20 dari 285 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 66 (23,2%), dan menyatakan setuju sebanyak 162 (56,8%) berikut sebanyak 46 (16,1%) menyatakan cukup setuju, selanjutnya menyatakan kurang

setuju sebanyak 9 (3,2%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 (0,7%) responden.

#### 4.1.6.2 Merasa diperlakukan sama dan mampu bersaing

Instrument kedua dari indikator sustainability berusaha (Y2) adalah berkaitan dengan tanggapan responden apakah mereka merasa diperlakukan sama atau adil dalam berusaha serta apakah mereka yakin mampu bersaing dengan pelaku usaha yang sama. Lebih jelasnya akan disajikan dalam tabel 4.21 berikut :

**Tabel 4. 21 Sustainability.Diperlakukan sama dan Mampu bersaing**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	1	,4
2	Kurang setuju	15	5,3
3	Cukup Setuju	69	24,2
4	Setuju	142	49,8
5	Sangat Setuju	58	20,4
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Tabel 4.21 diatas disajikan bahwa yang menyatakan sangat tidak setuju bahwa mereka diperlakukan sama serta mampu bersaing adalah sebanyak 1 (0,4%) dan menyatakan kurang setuju sebanyak 15 (5,3%), dan sebanyak 69 (24,2%) menyatakan cukup setuju, sementara yang menyatakan Setuju sebanyak 142 (49,8%) sedangkan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 58 (20,4%) dari 285 total responden

#### 4.1.6.3 Fasilitas yang dimiliki yakin bisa berlanjut

Adapaun maksud dari instrument ketiga dari indikator Sustainability (Y2) berkaitan dengan pernyataan responden apakah mereka yakin dengan fasilitas yang mereka miliki selama ini, mereka dapat melanjutkan usahanya. Lebih konkret tanggapan mereka tersebut dapat dilihat pada tabel 4.22 berikut :

**Tabel 4. 22 Sustainability.Optimis berkembang dengan fasilitas yang ada**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	2	0,7
2	Kurang setuju	4	1,4
3	Cukup Setuju	29	10,2
4	Setuju	162	56,8
5	Sangat Setuju	87	30,5
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Pada tabel 4.22, dapat lihat bahwa dari 285 total responden, maka urutan yang banyak adalah yang menyatakan setuju yaitu 162 (56,8%) kemudian di susul pernyataan sangat setuju sebanyak 87 (30,5%) lalu sebanyak 29 (10,2%) menyatakan cukup setuju, berikutnya pernyataan kurang setuju ialah 4 (1,4%) dan terakhir yang menyatakan sangat tidak setuju yakni 2 (0,7%) responden.

#### **4.1.6.4 Penurunan Tarif pajak dapat membantu keberlangsungan usaha.**

Selanjutnya instrument indikator sustainability kajian variable (Y2) yaitu apakah kebijakan pemerintah menurunkan tariff / ada keringan pajak dapat membantu usaha mereja di massa pandemic covid 19. Berdasarkan data dari tanggapan rsponden mengenai hal tersebut maka sebanyak masing-masing 5 (1,8%) menyatakan sangat tidak setuju dan kurang setuju, dan sebanyak 29 (10,2%) menyatakan cukup setuju, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 110 (38,6%) sementara yang menyatakan sangat setuju sebanyak 136 (47,7%) dari 285 total responden. Lebih jelas dapat dilihat pada tabel 4.23 dibawah ini :

**Tabel 4. 23 Sustainability.Optimis berkembang kalau dapat tambahan modal**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	5	1,8
2	Kurang setuju	5	1,8
3	Cukup Setuju	29	10,2
4	Setuju	110	38,6
5	Sangat Setuju	136	47,7
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021



#### 4.1.6.5 Usaha optimis berkembang apabila ada suntikan dana untuk modal usaha.

Perbincangan bagian ini adalah berhubung kait dengan pernyataan responden apakah mereka optimis usaha dapat berkembang dengan adanya suntikan modal usaha dari pihak ketiga baik dari perbankan maupun lembaga keuangan lainnya. Kejelasan hal tersebut dapat dilihat pada tabel 4.24 berikut :

**Tabel 4. 24 Sustainability.Turun Tarif Pajak membantu keberlangsungan Usaha**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	3	1,1
2	Kurang setuju	2	0,7
3	Cukup Setuju	8	2,8
4	Setuju	49	17,2
5	Sangat Setuju	223	78,2
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Tabel 4.24 diatas menjelaskan bahwa responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak (1,1 %), menyatakan kurang setuju sebanyak 2 (0,7%) dan sebanyak 8 (2,8%) menyatakan cukup setuju, berikutnya sebanyak 49 (17,2%) menyatakan setuju, sementara yang menyatakan sangat setuju sebanyak 218 (76,5%) responden

#### 4.1.7 Tanggapan Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis

Varibel keempat dalam kajian ini adalah membangun Jaringan komunikasi Bisnis sebagai variable Y3. Variabel ini memiliki tiga indikator dan masing-masing indikator terdapat satu-satu instrument. Adapun indikator tersebut terdiri dari pertama Mitra dengan Pemerintah /Asosiasi, kedua pengembangan jaringan secara Off\_line dan ketiga Pengembangan jaringan secara On\_line.

Lebih lengkap mengenai data membicarakan masing-masing indikator akan disajikan dalam poin-poin bahasan berikut.

#### 4.1.7.1 Mitra Dengan Pemerintah/Asosiasi

Maksud dari Mitra dengan pemerintahan/Asosiasi dalam membangun jaringan komunikasi bisnis responden berkaitan dengan perlunya kerjasama dengan pemerintahan atau asosiasi dalam membangun jaringan komunikasi bisnis, lebih jelas mengenai tanggapan responden dapat dilihat pada tabel 4.25 dibawah ini.

Pada tabel 4.25 dijelaskan bahwa responden yang menyatakan bahwa bermitra dengan pemerintah atau Asosiasi dapat membantu jaringan komunikasi bisnis responden, merujuk kepada hal tersebut maka yang menyatakan sangat tidak membantu sebanyak 89 (39,2%) dan menyatakan kurang membantu sebanyak 63 (22,1%) selanjutnya yang menyatakan cukup membantu sebanyak 53 (18,6%) kemudian sebanyak 60 (21,1%) menyatakan membantu sedangkan yang menyatakan sangat membantu 20 (7,0%) dari 285 total responden. Lebih jelas dapat dilihat pada tabel 4.25 dibawah ini.

**Tabel 4. 25 Jaringan Kom.Bisnis.Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis Via Mitra Sosiasi**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak membantu	89	31,2
2	Kurang membantu	63	22,1
3	Cukup membantu	53	18,6
4	Membantu	60	21,1
5	Sangat membantu	20	7,0
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

#### 4.1.7.2 Pengembangan jaringan secara Off\_line

Selanjutnya akan dijelaskan instrument dari indicator pengembangan jaringan komunikasi bisnis berhubungan dengan upaya yang dilakukan oleh responden pada konteks ini perlunya mengembangkan jaringan komunikasi bisnis secara Off\_ Line, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.26 berikut ini :

**Tabel 4. 26 Jaringan Kom.Bisnis.Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis secara Offline**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak sering	28	9,8
2	Kurang sering	61	21,4
3	Cukup sering	51	17,9
4	Sering	87	30,5
5	Sangat sering	58	20,4
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Tabel 4.26 ini menggambarkan bahwa dari 285 responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 28 (9,8%) dan yang menyatakan kurang sering sebanyak 61 (21,4%) kemudian sebanyak 51 (17,9%) menyatakan cukup sering, selanjutnya yang menyatakan sering sebanyak 87 (30,5%) sementara sebanyak 58 (20,4%) responden yang menyatakan sangat sering artinya responden membangun jaringan komunikasi secara Off\_line.

**Tabel 4. 27 Pengembangan jaringan secara On\_line**

Selanjutnya adalah perlunya responden mengembangkan/ membangun jaringan komunikasi bisnis mereka secara On-line. Untuk mengetahui tanggapan responden dapat dilihat pada tabel 4.28 berikut :

**Tabel 4. 28 Jaringan Kom.Bisnis.Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis secara Online**

No.	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak sering	28	9,8
2	Kurang sering	51	17,9
3	Cukup sering	37	13,0
4	Sering	80	28,1
5	Sangat sering	88	30,9
6	Total	285	100,0

Sumber data : Olahan peneliti tahun 2021

Berdasarkan data tabel 4.28 tergambar bahwa yang menyatakan sangat tidak sering menggunakan jaringan online dalam mengembangkan jaringan komunikasi bisnis mereka adalah sebanyak 28 (0,4%), dan yang menyatakan kurang sering 51 (17,9%) berikutnya menyatakan cukup sering sebanyak 37 (13,0%) kemudian yang menyatakan sering adalah sebanyak 80 (28,1) sedangkan yang menyatakan sangat sering sebanyak 88 (30,9%) dari 285 reponden.

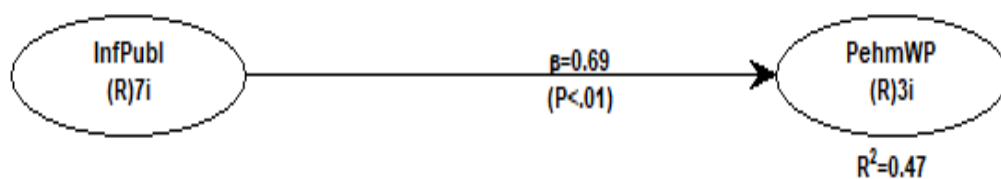
## 4.2 Hasil uji Hipotesis

Penyajian berikut berhubungan dengan pembahasan terhadap data yang dikumpulkan dengan menggunakan aplikasi SEM Worp PL03. Pembahasan ini akan menggambar uji hipotes mengenai hipotesis pengaruh variable klasifikasi direct effect dan variabel klasifikasi variable indirect Effect yakni variabel yang di mediasi oleh variable lain.

Uji hipotesis berikut ini terbag kepada dua bagian yakni bagian uji hipotesi secara Direct Effect dan Hipotesis secara Indirect Effect, jelaskanya lihat pada urainya berikutnya.

### 4.2.1 Model Informasi Publik Bepengaruh Terhadap Pemahaman Wajib Pajak

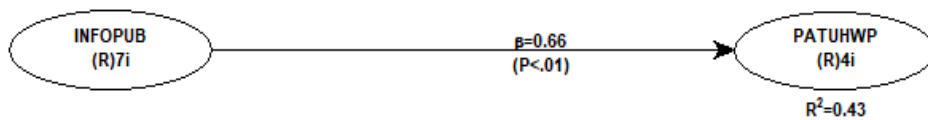
Berdasarkan pengolahan data melalui WarpPLS 6 pada gambar 4.1 diperoleh hasil sebagai berikut: Model Informasi Publik berpengaruh signifikan terhadap Pemahaman Wajib Pajak sebesar 0,69 dan signifikan dengan nilai  $p < 0,01$ . Oleh karena itu **hipotesis 1.1 dapat diterima**. Selanjutnya nilai  $R^2$  sebesar 0,47 menunjukkan variansi Pemahaman Wajib Pajak sebesar 47% dapat dijelaskan oleh variansi Informasi Publik



**Gambar 4. 1 Model Pengaruh Informasi Publik terhadap Pemahaman Wajib**

#### 4.2.2 Model Informasi Publik Bepengaruh Terhadap kepatuhan Wajib Pajak

Berikut ini berkaitan dengan Model variable pengaruh ketersediaan informasi publik terhadap kepatuhan wajib pajak

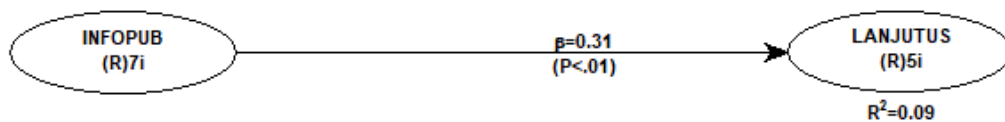


**Gambar 4. 2 Model Pengaruh Informasi Publik terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Berdasarkan gambar 4.2, Informasi Publik berpengaruh signifikan terhadap Pemahaman Wajib Pajak sebesar 0,66 dan signifikan dengan nilai  $p < 0,01$ . Oleh karena itu **hipotesis 1.2 dapat diterima**. Selanjutnya nilai  $R^2$  sebesar 0,435 menunjukkan variansi kepatuhan Wajib Pajak sebesar 44% dapat dijelaskan oleh variansi Informasi Publik.

#### 4.2.3 Model Informasi Publik Bepengaruh Terhadap Kelanjutan Usaha

Selanjutnya dijelaskan model pengaruh ketersediaan informasi public terhadap sustainability usaha UMKM di kota pekanbaru sebagaimana berikut:

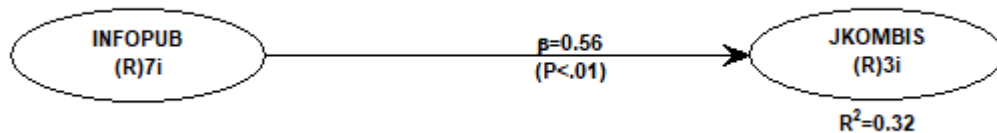


**Gambar 4. 3 Model Pengaruh Informasi Publik terhadap kelanjutan usaha**

Berdasarkan gambar 4.3, Model Informasi Publik berpengaruh signifikan terhadap kelanjutan usaha sebesar 0,31 dan signifikan dengan nilai  $p < 0,01$ . Oleh karena itu **hipotesis 1.3 dapat diterima**. Selanjutnya nilai  $R^2$  sebesar 0,095 menunjukkan variansi kelanjutan usaha sebesar 9,5% dapat dijelaskan oleh variansi Informasi Publik

#### 4.2.4 Model Informasi Publik Bepengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis.

Penjelasan berikut berhubungan dengan pengaruh ketersediaan informasi public terhadap pengembangan jaringan komunikasi sebagai berikut .

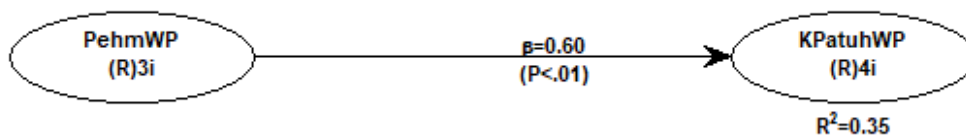


**Gambar 4. 4 Model Pengaruh Informasi Publik terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis**

Berdasarkan gambar 4.4, Model Informasi Publik berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis sebesar 0,56 dan signifikan dengan nilai  $p<0,01$ . Oleh karena itu **hipotesis 1.4 dapat diterima**. Selanjutnya nilai R2 sebesar 0,32 menunjukkan variansi Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis sebesar 32% dapat dijelaskan oleh variansi Informasi Publik

#### 4.2.5 Model Pemahaman Wajib Pajak Bepengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan pengolahan data melalui WarpPLS 6 berkaitan dengan Model pengaruh Wajib pajak terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak diperoleh hasil sebagai berikut:



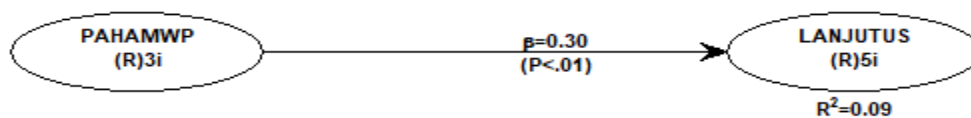
**Gambar 4. 5 Model Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Dari gambar 4.5. menunjukkan bahwa Model Pemahaman Wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,60 dan signifikan dengan nilai  $p<0,01$ . Oleh karena itu **hipotesis 2.1 dapat diterima**.

Selanjutnya nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,35 menunjukkan variansi Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 4% dapat dijelaskan oleh variansi Pemahaman Wajib Pajak

#### 4.2.6 Model Pemahaman Wajib Pajak Bepengaruh Terhadap Kelanjutan Usaha

Berikut ini dijelaskan mengenai pengaruh pemahaman wajib pajak terhadap kelanjutan usaha UMKM kota pekanbaru sebagaimana berikut.

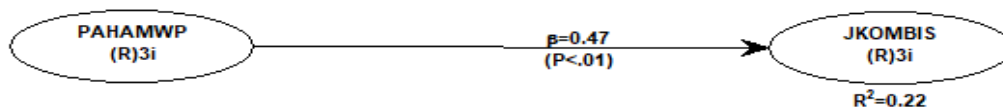


**Gambar 4. 6 Model Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Kelanjutan Usaha**

Dari gambar 4.6. menunjukkan bahwa Model Pemahaman Wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap Kelanjutan Usaha sebesar 0,30 dan signifikan dengan nilai  $p < 0,01$ . Oleh karena itu **hipotesis 2.2 dapat diterima**. Selanjutnya nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,089 menunjukkan variansi Kelanjutan Usaha sebesar 9% dapat dijelaskan oleh variansi Pemahaman Wajib Pajak

#### 4.2.7 Model Pemahaman Wajib Pajak Bepengaruh Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis.

Selanjutnya akan digambarkan mengenai Model variable pengaruh pemahaman wajib pajak terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis berikut ini.



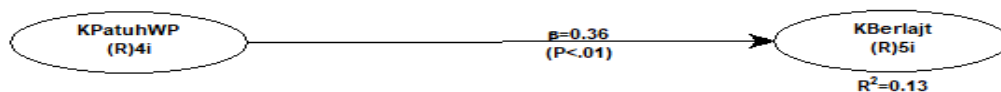
**Gambar 4. 7 Model Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi bisnis**

Dari gambar 4.7 menunjukkan bahwa Model Pemahaman Wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi bisnisebesar 0,47 dan signifikan dengan nilai  $p < 0,01$ . Oleh karena itu **hipotesis 2.3 dapat diterima**. Selanjutnya nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,022 menunjukkan variansi

Pengembangan Jaringan Komunikasi bisnis sebesar 2% dapat dijelaskan oleh variansi Pemahaman Wajib Pajak

#### 4.2.8 Model Kepatuhan Wajib Pajak Bepengaruh Terhadap *Sustainability* Usaha

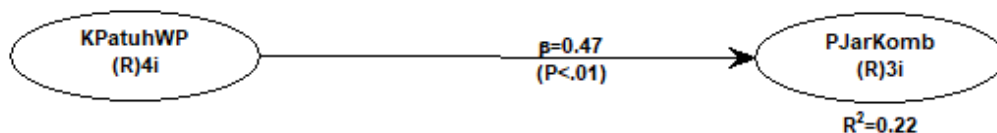
Pada gambar 4.8. memperlihatkan bahwa model Kepatuhan Wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha sebesar 0,36 dan signifikan dengan nilai  $p < 0,01$ . Oleh karena itu **hipotesis 3.1 dapat diterima**. Selanjutnya nilai  $R^2$  sebesar 0,13 menunjukkan variansi Keberlanjutan Usaha sebesar 13% dapat dijelaskan oleh variansi Kepatuhan Wajib Pajak



**Gambar 4. 8 model Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak Terhadap Keberlanjutan Usaha**

#### 4.2.9 Model Kepatuhan Wajib Pajak Bepengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis.

Hasil pengolahan data padagambar 4.9 ditemukan bahwa model Kepatuhan Wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis sebesar 0,47 dan signifikan dengan nilai  $p < 0,01$ . Oleh karena itu **hipotesis 3.2 dapat diterima**. Selanjutnya nilai  $R^2$  sebesar 0,22 menunjukkan variansi Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis sebesar 22% dapat dijelaskan oleh variansi Kepatuhan Wajib Pajak

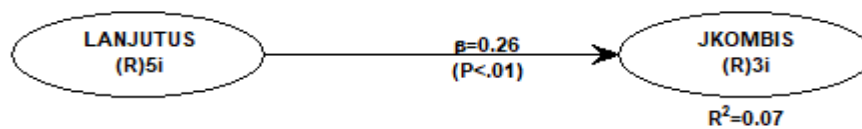


**Gambar 4. 9 Model Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak Terhadap Pengembangan Jaringan Kominikasi bisnis**



#### 4.2.10 Model Keberlanjutan Usaha Bepengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis.

Hasil pengolahan data pada gambar 4.10 ditmukan bahwa model Keberlanjutan Usaha berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis sebesar 0,26 dan signifikan dengan nilai  $p < 0,01$ . Oleh karena itu **hipotesis 4 dapat diterima**. Selanjutnya nilai R2 sebesar 0,07 menunjukkan variansi Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis sebesar 7% dapat dijelaskan oleh variansi Keberlanjutan Usaha.



**Gambar 4. 10 Model Pengaruh Keberlanjutan Usaha Terhadap Pengembangan Jaringan Kominikasi bisnis**

Pengujian selanjutnya untuk menjawab pertanyaan penelitian hipotesis selanjutnya dilakukan melalui dua tahap yaitu:

1. Analisis deskriptif data untuk menguji kualitas uji validitas, reliabilitas dan kelayakan model pengukuran (*goodness of fit test*).
2. Analisis hipotesis

Berikut ini merupakan pengujian outer model ((*measurement model*)) sebagai berikut:

1. Uji Validitas Konvergen dengan pendekatan *combined loadings dan cross loadings*
2. Uji Validitas Konvergen dengan pendekatan *Avarage Variance Extracted (AVE)*
3. Uji Validitas Diskriminan dengan pendekatan *combined loadings dan cross loadings loadings*
4. Uji Reliabilitas berdasarkan *composite reliability (CR)*

Setelah uji validitas dan reliabilitas terpenuhi dilanjutkan dengan pengujian pengaruh langsung (*Direct Effect*) variabel laten X terhadap variabel laten Y.

Seterusnya uji Diskriminan. Kemudian diteruskan dengan pengujian kecocokan model (*Goodness of Fit*). Terakhir dilakukan pengujian pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*) variabel laten.

Berikut ini penjelasan hasil penelitian secara statistik :

#### **4.2.10.1 Uji Validitas Konvergen dengan pendekatan *combined loadings* dan *cross loadings***

Validitas konvergen merupakan bagian dari model pengukuran (*measurement model*) yang dalam SEM-PLS disebut sebagai *outer model*, dan dalam *covariance based SEM* disebut *confirmatory factor analysis (CFA)* (Mahfud dan Ratmono, 2013:64). Validitas konvergen bertujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabel latennya. Prinsipnya bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. **Validitas konvergen** terjadi jika skor yang diperoleh dari dua instrument yang berbeda mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi. Syarat validitas konvergen untuk konstruk reflektif (Hair dkk,2013) adalah:

1. *Loading* harus diatas 0,7 dan
2. Nilai p signifikan (<0,05)

Akan tetapi pada beberapa kasus, sering syarat *loading* diatas 0,7 tidak terpenuhi terutama pada kuisioner yang baru dikembangkan. Oleh sebab itu *loading* antara 0,40-0,70 harus tetap dipertimbangkan agar dipertahankan (Mahfud dan Ratmono, 2013,66). Indikator dengan *loading* antara 0,40 dan 0,70 dapat dihapus jika indikator tersebut dapat meningkatkan Average Variance Extracted (AVE) dan *Composite Reliability (CR)* diatas batasannya (Mahfud dan Ratmono, 2013,67). Nilai batasan AVE adalah 0,50. Indikator dengan *loading* kecil kadang tetap dipertahankan karena memiliki kontribusi pada validitas isi konstruk (Mahfud dan Ratmono, 2013,67).

Validitas konvergen dalam penelitian ini dengan pendekatan *outer loading*. **Outer loadings** adalah tabel yang berisi **loading** factor untuk menunjukkan besar

korelasi antara indikator dengan variabel laten. Nilai **loading** factor harus lebih besar dari 0,7 maka dikatakan valid..

Tabel 4.29 berikut ini menjelaskan validitas konvergen dengan pendekatan *loading* sebagai berikut:

1. Pada variabel laten Informasi Publik terdapat 7 indikator, yaitu IP1,IP2,IP3,IP4,IP5,IP6,IP7. Diketahui seluruh nilai *loading* >0,7
2. Pada variabel laten Pemahaman wajib pajak terdapat 3 indikator, yaitu PHM1,PHM2,PHM3. Diketahui seluruh nilai *loading* >0,7
3. Pada variabel laten Kepatuhan wajib pajak terdapat 4 indikator, yaitu PTH1,PTH2,PTH3,PTH4. Diketahui seluruh nilai *loading* >0,7
4. Pada variabel laten Kelanjutan Usaha terdapat 5 indikator, yaitu LJT1,LJT2,LJT3,LJT4,LJT5. Diketahui seluruh nilai *loading* >0,7 antara 0,40-0,70.
5. Pada variabel laten Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis terdapat 3 indikator yaitu: JKB1,JKB2,JKB3. Diketahui seluruh nilai *loading* >0,7

Dapat dikatakan bahwa validitas konvergen dengan pendekatan *loading* telah terpenuhi.

#### **4.2.10.2 Uji Validitas Diskriminan dengan pendekatan *combined loadings* dan *cross loadings loadings***

Selanjutnya pengujian validitas diskriminan dengan pendekatan *loading* dikatakan valid jika nilai *loading* untuk setiap variabel indikator lebih besar terhadap variabel latennya dibandingkan terhadap variabel laten yang lain. Tabel 4.29 memperlihatkan validitas diskriminan dengan pendekatan *loading* dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Nilai *loading* pada variabel indikator IP1 terhadap variabel latennya IP adalah 0,796 yakni lebih besar dibandingkan terhadap variabel laten lainnya, yakni Pemahaman Wajib Pajak=0,180, Kepatuhan Wajib Pajak=-0,148, Kelanjutan Usaha=-0,029, Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis =-0,004
2. Nilai *loading* pada variabel indikator PHM1 terhadap variabel latennya PahamWP adalah 0,891 yakni lebih besar dibandingkan terhadap variabel

laten lainnya, yakni InfoPub=0,055, PatuhWP=0,018, LanjUs=0,022, JKOMBIS=0,044

3. Nilai *loading* pada variabel indikator PTH1 terhadap variabel latennya PatuhWP adalah 0,738 yakni lebih besar dibandingkan terhadap variabel laten lainnya, yakni InfoPub=0,051, PahamWP=0,202, LanjUs=-0,085, JKOMBIS=0,100
4. Nilai *loading* pada variabel indikator LJT1 terhadap variabel latennya Lanjut Usaha adalah 0,684 yakni lebih besar dibandingkan terhadap variabel laten lainnya, yakni InfoPub=0,194, PahamWP=-0,007, PatuhWP=0,071, JKOMBIS=-0,146.
5. Nilai *loading* pada variabel indikator JKBI terhadap variabel latennya Jaringan Komunikasi Bisnis adalah 0,769 yakni lebih besar dibandingkan terhadap variabel laten lainnya, yakni InfoPub=-0,022, PahamWP=0,209, PatuhWP=-0,029, Lanjut Usaha=-0,068.

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai *loading* untuk setiap variabel indikator lebih besar terhadap variabel latennya dibandingkan terhadap variabel laten yang lain, sehingga terpenuhi kriteria validitas diskriminan yang baik.

#### **4.2.10.3 Uji Validitas Konvergen dengan pendekatan Avarage Variance**

##### **Extracted (AVE)**

Evaluasi validitas konvergen berikutnya adalah dengan menggunakan pendekatan *Avarage variance extracted (AVE)*. Kriterianya harus diatas 0,50 (Fornell dan Lacker, 1981). Berdasarkan hasil pengujian diketahui nilai AVE dari Informasi Publik adalah 0,571, Pemahaman Wajib Pajak adalah 0,811 dan Kepatuhan Wajib Pajak adalah 0,646 Lanjut Usaha sebesar 0,545 dan Jaringan Komunikasi Bisnis adalah 0,659. Secara keseluruhan nilai AVE >0,5, maka seluruh indikator variabel laten telah memenuhi syarat validitas konvergen berdasarkan AVE

Diketahui dari tabel 4.30 nilai seluruh AVE >0,5, maka seluruh indikator variabel laten telah memenuhi syarat validitas konvergen berdasarkan AVE. Berikut tabel 4.30 menyajikan data AVE pada *laten variable coefficient*.

#### 4.2.10.4 Uji Reliabilitas konsistensi internal: *composite reliability*

Output berikutnya adalah uji reliabilitas konsistensi internal berdasarkan nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Keduanya harus bernilai diatas 0,70 sebagai syarat reliabilitas (Fornell dan Lacker, 1981; Nunnaly, 1978).

Hasil penelitian ini berdasarkan tabel 4.30 yang menunjukkan reliabilitas instrument telah terpenuhi karena berada diatas 0,70 yaitu *Composite reliability* (CR) dari variabel laten Informasi Publik (IP) adalah 0,903. CR dari Pemahaman Wajib pajak adalah 0,928. CR dari Kepatuhan Wajib Pajak adalah 0,879, Kelanjutan usaha 0,805, Pengembangan jaringan komunikasi bisnis 0,852. Begitu juga dengan nilai *cronbach's alpha* telah terpenuhi karena berada diatas 0,70 (lihat tabel 4.30).

**Tabel 4. 29 Uji Validitas Konvergen**

<i>Combined Loadings Dan Cross Loadings</i>							
	INFOPUB	PAHAM	PATUH	LANJUTUS	JAKOMBIS	SE	P value
IP1	(0.796)	0.180	-0.148	-0.029	-0.004	0.053	<0.001
IP2	(0.788)	0.171	-0.217	-0.034	0.176	0.053	<0.001
IP3	(0.761)	0.062	-0.326	0.017	0.221	0.047	<0.001
IP4	(0.740)	-0.171	-0.014	0.103	0.016	0.067	<0.001
IP5	(0.758)	0.101	0.079	0.014	-0.127	0.062	<0.001
IP6	(0.719)	-0.188	0.284	-0.054	-0.251	0.076	<0.001
IP7	(0.722)	-0.195	0.393	-0.016	-0.053	0.076	<0.001
PHM1	0.055	(0.891)	0.018	0.022	0.044	0.040	<0.001
PHM2	-0.074	(0.913)	-0.084	-0.028	0.041	0.039	<0.001
PHM3	0.020	(0.898)	0.068	0.007	-0.086	0.042	<0.001
PTH1	0.051	0.202	(0.738)	-0.085	0.100	0.072	<0.001
PTH2	0.093	0.006	(0.824)	0.061	0.070	0.053	<0.001
PTH3	-0.144	-0.047	(0.855)	0.007	-0.005	0.054	<0.001
PTH4	0.012	-0.143	(0.794)	0.008	-0.161	0.073	<0.001
LJT1	0.194	-0.007	0.071	(0.684)	-0.146	0.071	<0.001
LJT2	-0.155	0.210	-0.061	(0.706)	-0.002	0.072	<0.001
LJT3	-0.211	0.149	0.024	(0.758)	-0.003	0.086	<0.001
LJT4	0.016	-0.320	-0.005	(0.594)	0.158	0.128	<0.001
LJT5	0.207	-0.108	-0.034	(0.612)	0.016	0.188	<0.001
JKB1	-0.022	0.209	-0.029	-0.068	(0.769)	0.049	<0.001
JKB2	0.004	-0.050	0.017	-0.009	(0.869)	0.033	<0.001
JKB3	0.017	-0.148	0.009	0.076	(0.793)	0.051	<0.001

Notes: Loadings are unrotated and cross-loadings are oblique-rotated. SEs and P values are for loadings. P values < 0.05 are desirable for reflective indicators.

Sumber: Hasil olah data dengan SEM-PLS

Keterangan:

- InfoPub = Informasi Publik
- PahamWP = Pemahaman Wajib Pajak
- PatuhWP = Kepatuhan Wajib Pajak
- Lanjutus = Kelanjutan Usaha
- JKombis = Jaringan Komunikasi Bisnis

#### 4.2.10.5 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Selanjutnya akan dilakukan pengujian signifikansi pengaruh tidak langsung (*indirect effect*). Tabel 4.33. berikut ini menjelaskan pengaruh tidak langsung variabel laten tersebut.

Langkah dalam pengujian hipotesis variabel mediasi menurut Baron dan Kenny (1986), Hair dkk, 2011 dan Kock (2011,2013) sebagai berikut:

1. Melakukan estimasi *direct effect variabel X terhadap Y*
2. Melakukan estimasi *indirect effect* secara simultan dengan *triangle PLS SEM Model*

Selanjutnya menentukan kriteria variabel mediasi ( Sholihin dan Dwi, 2013) dengan prosedur Baron dan Kenny (1986), Hair dkk (2010), dan Kock (2011) sebagai berikut:

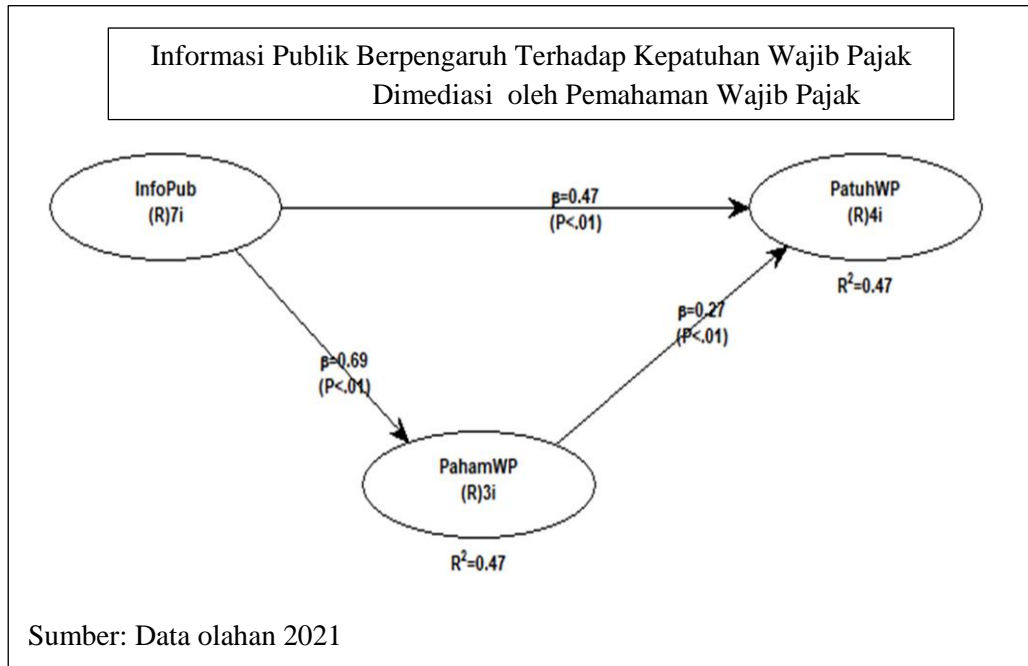
1. Jika koefisien jalur  $c''$  dari hasil estimasi langkah 2 tetap signifikan dan tidak berubah ( $c''=c$ ) maka hipotesis mediasi tidak didukung
2. Jika koefisien jalur  $c''$  nilainya turun ( $c''<c$ ) tetapi tetap signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi sebagian (*partial mediation*)
3. Jika koefisien jalur  $c''$  nilainya turun ( $c''<c$ ) dan menjadi tidak signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi penuh (*full mediation*).

Cara lain untuk menentukan mediasi parsial atau penuh adalah dengan menggunakan Variance Accounting For (VAF). VAF merupakan ukuran untuk melihat seberapa besar variabel pemediasi mampu menyerap pengaruh langsung yang sebelumnya signifikan dari model tanpa pemediasi. VAF dihitung dengan rumus: pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) dibagi pengaruh total (*total effect*). Pengaruh total adalah pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung. Kriteria VAF menurut Hair dkk.(2013) sebagai berikut:

1. Jika nilai VAF  $>80\%$  maka menunjukkan peran Y sebagai pemediasi penuh (*full mediation*)
2. Jika nilai VAF diantara 20%-80% maka dikategorikan sebagai pemediasi parsial
3. Jika nilai VAF  $<20\%$  maka tidak ada efek mediasi

#### 4.2.11 Model Informasi Publik Berpengaruhi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dimediasi Oleh Pemahaman Wajib Pajak

Dibawah ini pada gambar 4.11 akan diterangkan pengaruh ketersediaan informasi public terhadap kepatuhan wajib pajak yang di mediasi oleh variable pemahaman wajib pajak



**Gambar 4. 11 Informasi Publik Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dimediasi oleh Pemahaman Wajib Pajak**

**Tabel 4. 30 Latent Variable Coefficients. gambar 4.11**

**Latent Variable Coefficients. gambar 4.11**

	INFOPUB	PAHAMWP	PATUHWP
R-squared		0,473	0,474
Composite reliab.	0,903	0,928	0,879
Cronbach's alpha	0,874	0,883	0,816
Avg.var.extrac.	0,571	0,811	0,646
Full Collin.VIF	2,258	1,858	1,686
Q-Squared		0,473	0,470

Sumber: Data olahan 2021

**Tabel 4. 31 Pengujian Kecocokan Model (*Goodness of Fit*) Gambar 11**

Pengujian Kecocokan Model (*Goodness of Fit*) gambar 4.11

Model fit indices and P values
APC=0.477, P<0.001
ARS=0.473, P<0.001
AVIF=1.880, Good if < 5

Sumber: Hasil olahan data 2021

**Tabel 4. 32 Direct Effect Gambar 11**

Direct Effect Gambar 11

```

*****
* Path coefficients and P values *
*****

Path coefficients
-----
                InfoPub PahamWP PatuhWP
InfoPub
PahamWP  0.687
PatuhWP  0.474    0.271

P values
-----
                InfoPub PahamWP PatuhWP
InfoPub
PahamWP  <0.001
PatuhWP  <0.001    <0.001
    
```

Sumber: Hasil Olahan Data 2021

**Tabel 4. 33 Indirect Effect and Total Effect Gambar 11**

Indirect Effect Gambar 11

Indirect effects for paths with 2 segments

---

	InfoPubPahamWP	PatuhWP
InfoPub		
PahamWP		
PatuhWP	0.186	

P values of indirect effects for paths with 2 segments

---

	InfoPubPahamWP	PatuhWP
InfoPub		
PahamWP		
PatuhWP	0.001	

Sumber: Hasil olahan data 2021



Berdasarkan perbandingan koefisien *direct effect* dan *indirect effect* informasi public terhadap kepatuhan wajib pajak menjadi menurun yaitu dari 0,474 (sign 0,01) menjadi 0,186 (sign 0,01). Hal ini menunjukkan bentuk mediasi sebagian (*partial mediation*) atau dengan kata lain pemahaman wajib pajak memediasi secara parsial hubungan informasi publik dan kepatuhan wajib pajak. Bentuk *partial mediation* pemahaman wajib pajak bukan satu-satunya pemediasi hubungan informasi publik terhadap kepatuhan wajib pajak namun terdapat faktor-faktor lain (Baron dan Kenny 1986 dalam Sholihin dan Dwi, 2013 hal. 59). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 dapat diterima yaitu informasi publik berpengaruh langsung terhadap kepatuhan wajib pajak dan pemahaman wajib pajak sebagai pemediasi parsial hubungan antara informasi publik dan kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan tabel 4.37 koefisien *indirect effect* yang menunjukkan pengaruh informasi publik terhadap kepatuhan wajib pajak secara tidak langsung melalui pemahaman wajib pajak adalah sebesar 0,186 dan signifikan dengan nilai p sebesar 0,01. Jadi pengaruh tidak langsung informasi publik terhadap kepatuhan wajib pajak yang signifikan menunjukkan pemahaman wajib pajak sebagai variabel pemediasi parsial.

Cara lain untuk menentukan mediasi parsial atau penuh adalah dengan menggunakan Variance Accounting For (VAF). VAF merupakan ukuran untuk melihat seberapa besar variabel pemediasi mampu menyerap pengaruh langsung yang sebelumnya signifikan dari model tanpa pemediasi. VAF dihitung dengan rumus: pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) dibagi pengaruh total (*total effect*). Pengaruh total adalah pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung. Pada penelitian ini nilai VAF variabel mediasi pemahaman wajib pajak sebagai adalah :

$$VAF = 0,186 / (0,474 + 0,186) = 0,186 / 0,66 = 0,28 \text{ atau } 28\%$$

Nilai VAF 28% berada diantara 20%-80%, maka disimpulkan pemahaman wajib pajak sebagai pemediasi parsial.

Pada Tabel 34 menunjukkan koefisien determinasi menggunakan *R-Squared*. Semakin tinggi *R-Squared* menunjukkan model yang baik. *R-squared*

hanya ada pada konstruk endogen. Koefisien determinasi diperoleh hasil sebagai berikut:

1. *R-squared* konstruk Pemahaman Wajib Pajak sebesar 0,473. Artinya variable Informasi Publik mampu mempengaruhi pemahaman wajib pajak sebesar 47%
  2. *R-squared* konstruk Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,474. Artinya variabel Informasi Publik mampu mempengaruhi Kepatuhan wajib pajak sebesar 47%
- Kemudian pengujian kecocokan model (*Goodness of Fit*) melihat pada *Model fit indirect and P values* Indikator model fit terdiri dari APC, ARS dan AVIF. Berdasarkan output (tabel 4.35) penelitian telah memenuhi kriteria *goodness of fit model* yaitu:

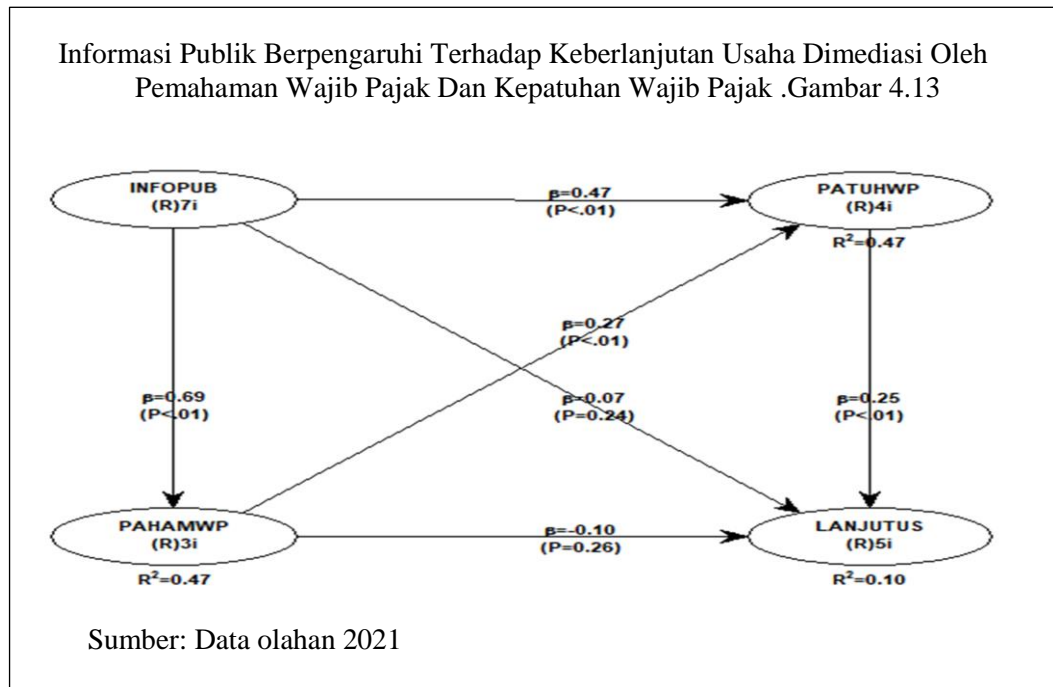
1. *Avarage Path Coefficient* (APC) sebesar =0.477,  $P < 0.001$
2. *Avarage R-Squared* (ARS) sebesar=0.473,  $P < 0.001$
3. *Avarage Inflation Factor* (AVIF) sebesar =1,880 , diterima jika  $\leq 5$ , ideal  $\leq 3.3$

#### **4.2.12 Model Informasi Publik Berpengaruhi Terhadap Keberlanjutan Usaha Dimediasi Oleh Pemahaman Wajib Pajak Dan Kepatuhan Wajib Pajak**

Selanjutnya akan dijelaskan dengan gambar 4.13 berkaitan dengan pengaruh ketersediaan informasi public terhadap *suatainabelity* usaha UMKM kota Pekanbaru yang di mediasi oleh variable pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak mereka. Pada gambar 4.12 menunjukkan koefisien determinasi menggunakan *R-Squared* . Semakin tinggi *R-Squared* menunjukkan model yang baik. *R-squared* hanya ada pada konstruk endogen. Koefisien determinasi diperoleh hasil sebagai berikut:

1. *R-squared* konstruk Pemahaman Wajib Pajak sebesar 0,473. Artinya variable Informasi Publik mampu mempengaruhi pemahaman wajib pajak sebesar 47%
2. *R-squared* konstruk Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,474. Artinya variabel Informasi Publik mampu mempengaruhi Kepatuhan wajib pajak sebesar 47%

3. *R-squared* konstruk Kelanjutan Usaha sebesar 0,109. Artinya variabel Informasi Publik mampu mempengaruhi Kelanjutan usaha sebesar 11%



**Gambar 4. 12 Informasi Publik Berpengaruhi Terhadap Keberlanjutan Usaha Dimediasi Oleh Pemahaman Wajib Pajak Dan Kepatuhan Wajib Pajak**

**Tabel 4. 34 Latent Variable Coefficients. gambar 4.12**

**Latent Variable Coefficients. gambar 4.12**

	INFOPUB	PAHAMWP	PATUHWP	LANJUTUS	JKOMBIS
R-squared		0.473	0.474		0.349
Composite reliab.	0.903	0.928	0.879	0.805	0.852
Cronbach's alpha	0.874	0.883	0.816	0.697	0.740
Avg. var. extrac.	0.571	0.811	0.646	0.454	0.659
Full collin. VIF	2.479	1.883	1.834	1.160	1.535
Q-squared		0.473	0.470		0.348

Sumber: Data olahan 2021

**Tabel 4. 35 Pengujian Kecocokan Model (*Goodness of Fit*) gambar 4.12**

**Pengujian Kecocokan Model (*Goodness of Fit*) gambar 4.12**

Model fit indices and P values
APC=0.310, P<0.001
ARS=0.350, P<0.001
AVIF=1.975, Good if < 5

Sumber: Data Olahan 2021

Kemudian pengujian kecocokan model (*Goodness of Fit*) melihat pada *Model fit indirect and P values* Indikator model fit terdiri dari APC, ARS dan AVIF.

Berdasarkan output penelitian telah memenuhi kriteria *goodness of fit model* yaitu:

1. *Avarage Path Coefficient* (APC) sebesar =0.310,  $P < 0.001$
2. *Avarage R-Squared* (ARS) sebesar=0.350,  $P < 0.001$
3. *Avarage Inflation Factor* (AVIF) sebesar =1,975 , diterima jika  $\leq 5$ , ideal  $\leq 3.3$

**Tabel 4. 36 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*) (Mediasi) Gambar 4.12**

Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*) (Mediasi) gambar 4.12  
Informasi Publik Mempengaruhi Keberlanjutan Usaha Di Dimediasi Oleh  
Pemahaman Wajib Pajak Dan Kepatuhan Wajib Pajak

Indirect effects for paths with 3 segments				
	INFOPUB	PAHAMWP	PATUHWP	LANJUTU
INFOPUB				
PAHAMWP				
PATUHWP				
LANJUTU	0.047			
JKOMBIS				
P values of indirect effects for paths with 3 segments				
	INFOPUB	PAHAMWP	PATUHWP	LANJUTU
INFOPUB				
PAHAMWP				
PATUHWP				
LANJUTU	0.048			
JKOMBIS				

Sumber: Data Olahan 2021

### **Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)**

Pengujian variabel laten secara tidak langsung (*indirect effect*) digunakan untuk menguji pengaruh informasi publik terhadap kelanjutan usaha dimediasi oleh pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak. Dengan kata lain apakah pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak dapat memediasi hubungan antara informasi publik terhadap kelanjutan usaha?

Tabel 4.40 berikut ini menunjukkan hasil uji pengaruh tidak langsung variabel laten tersebut, sebagai berikut:

Pengaruh tidak langsung informasi publik terhadap kelanjutan usaha melalui pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak sebesar 0,047 dengan P value=0,048 tingkat signifikan 0,05, maka pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak secara tidak langsung mempengaruhi kelanjutan usaha melalui informasi publik.

Selanjutnya langkah dalam pengujian hipotesis variabel mediasi menurut Baron dan Kenny (1986), Hair dkk, 2011 dan Kock (2011,2013) sebagai berikut:

1. Melakukan estimasi *direct effect variabel X terhadap Y*
2. Melakukan estimasi *indirect effect* secara simultan dengan *triangle PLS SEM Model*

Diketahui:

1. Koefisien *direct effect* informasi publik terhadap kelanjutan usaha adalah sebesar 0,07 dan pada p-value pada  $0,24 > 0,05$
2. Koefisien *indirect effect* informasi publik terhadap kelanjutan usaha dimediasi oleh pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak adalah sebesar 0,047 dan signifikan pada 0,048

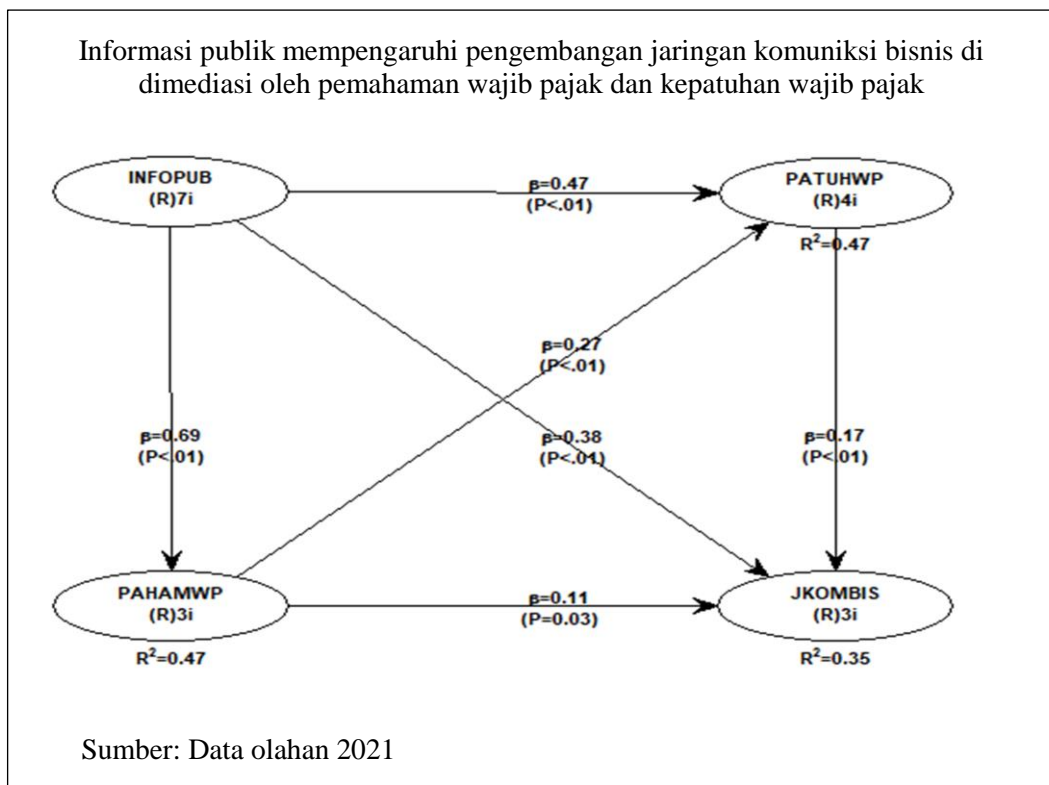
Berdasarkan perbandingan koefisien *direct effect* dan *indirect effect* diperoleh sebagai berikut:

1. Informasi public terhadap kelanjutan usaha menjadi menurun yaitu dari 0,07 (sign  $0,24 > 0,05$ ) menjadi 0,05 signifikan ( $0,048 < 0,05$ ). Hal ini memperlihatkan bentuk mediasi parsial (*partial mediation*) atau dengan kata lain pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak memediasi secara parsial hubungan informasi publik dan kelanjutan usaha. Jadi pengaruh tidak langsung informasi publik terhadap kelanjutan usaha yang signifikan menunjukkan pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel pemediasi parsial. Disimpulkan bahwa **hipotesis 6 dapat diterima** yaitu informasi publik berpengaruh positif signifikan terhadap Kelanjutan usaha dimediasi oleh pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak.

Sementara dengan menggunakan metode perhitungan VAF diperoleh nilai sebesar 0,40 atau 40% ( $0,047/(0,07+0,047)$ ). Nilai VAF diantara 20%-80% maka dikategorikan sebagai mediasi parsial. Jadi pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak sebagai mediasi parsial hubungan informasi publik terhadap kelanjutan usaha.

#### 4.2.13 Model Informasi publik mempengaruhi pengembangan jaringan komunikasi bisnis dimediasi oleh pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak

Gambar 4.13 analisis dibawah ini menjelaskan pengaruh ketersediaan informasi public terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis yang dimediasi oleh variable pemahaman wajib pajak dan tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak



**Gambar 4. 13 Informasi publik mempengaruhi pengembangan jaringan komunikasi bisnis di dimediasi oleh pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak**

**Tabel 4. 37 Latent Variable Coefficients. gambar 4.13**

<b>Latent Variable Coefficients. gambar 4.13</b>					
	INFOPUB	PAHAMWP	PATUHWP	LANJUTUS	JKOMBIS
R-squared		0.473	0.474		0.349
Composite reliab.	0.903	0.928	0.879	0.805	0.852
Cronbach's alpha	0.874	0.883	0.816	0.697	0.740
Avg. var. extrac.	0.571	0.811	0.646	0.454	0.659
Full collin. VIF	2.479	1.883	1.834	1.160	1.535
Q-squared		0.473	0.470		0.348

Sumber: Data olahan 2021

Koefisien determinasi menggunakan *R-Squared* disajikan pada tabel 4.41 sebagai berikut:

1. *R-squared* konstruk Pemahaman Wajib Pajak sebesar 0,473. Artinya variable Informasi Publik mampu mempengaruhi pemahaman wajib pajak sebesar 47%
2. *R-squared* konstruk Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,474. Artinya variabel Informasi Publik mampu mempengaruhi Kepatuhan wajib pajak sebesar 47%
3. *R-squared* konstruk jaringan komunikasi bisnis sebesar 0,349. Artinya variabel Informasi Publik mampu mempengaruhi jaringan komunikasi bisnis sebesar 35 %

*Goodness of Fit* atau pengujian kecocokan model berdasarkan pada *Model fit indirect and P values* dimana indikator model fit terdiri dari APC, ARS dan AVIF.

**Tabel 4. 38 Pengujian Kecocokan Model (*Goodness of Fit*) Model gambar 4.13**

<b>Pengujian Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>) Model gambar 4.13</b>	
<b>Model fit indices and P values</b>	
-----	
<b>APC=0.350, P&lt;0.001</b>	
<b>ARS=0.432, P&lt;0.001</b>	
<b>AVIF=1.935, Good if &lt; 5</b>	
Sumber: Data olahan 2021	

Berdasarkan output penelitian telah memenuhi kriteria *goodness of fit model* yaitu:

1. *Avarage Path Coefficient* (APC) sebesar =0.350,  $P < 0.001$
2. *Avarage R-Squared* (ARS) sebesar=0.432,  $P < 0.001$
3. *Avarage Inflation Factor* (AVIF) sebesar =1,935 , diterima jika  $\leq 5$ , ideal  $\leq 3.3$

### **Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)**

Pengujian secara tidak langsung (*indirect effect*) pada pertanyaan penelitian apakah Informasi publik mempengaruhi pengembangan jaringan komunikasi bisnis di dimediasi oleh pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha. Dengan kata lain apakah pemahaman dan kepatuhan wajib pajak dapat memediasi pengaruh informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis?

Jawaban atas pertanyaan penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 4.43. Berikut ini penjelasan hasil uji pengaruh tidak langsung variabel laten tersebut: Pengaruh tidak langsung informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis melalui pemahaman dan kepatuhan wajib pajak sebesar 0,032 dengan  $P \text{ value} = 0,017 < \text{tingkat signifikan } 0,05$ , maka pemahaman dan kepatuhan wajib pajak secara tidak langsung signifikan mempengaruhi pengembangan jaringan komunikasi bisnis melalui informasi publik. Dengan kata lain, **pemahaman dan kepatuhan wajib pajak dapat memediasi pengaruh informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis.**

Tahap selanjutnya dalam pengujian hipotesis variabel mediasi menurut Baron dan Kenny (1986), Hair dkk, 2011 dan Kock (2011,2013) sebagai berikut:

1. Melakukan estimasi *direct effect variabel X terhadap Y*
2. Melakukan estimasi *indirect effect* secara simultan dengan *triangle PLS SEM Model*



**Tabel 4. 39 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*) (Mediasi) Model**

<b>Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>) (Mediasi) Model Model</b>				
<b>gambar 4.13</b>				
<b>Pengaruh Informasi Publik Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis</b>				
<b>Dimediasi Pemahaman dan Kepatuhan Wajib Pajak</b>				
<u>Indirect effects for paths with 2 segments</u>				
	Infopub	Pahamwp	Patuhwp	Lanjutu Jkombis
Infopub				
Pahamwp				
Patuhwp	0.186			
Lanjutu				
Jkombis	0.161	0.047		
<u>P Values Of Indirect Effects For Paths With 2 Segments</u>				
	Infopub	Pahamwp	Patuhwp	Lanjutu Jkombis
Infopub				
Pahamwp				
Patuhwp	0.001			
Lanjutu				
Jkombis	<0.001	0.016		
<u>Indirect Effects For Paths With 3 Segments</u>				
	Infopub	Pahamwp	Patuhwp	Lanjutu Jkombis
Infopub				
Pahamwp				
Patuhwp				
Lanjutu				
Jkombis	0.032			
<u>P Values Of Indirect Effects For Paths With 3 Segments</u>				
	Infopub	Pahamwp	Patuhwp	Lanjutu Jkombis
Infopub				
Pahamwp				
Patuhwp				
Lanjutu				
Jkombis	0.017			
<u>Total Effects</u>				
	Infopub	Pahamwp	Patuhwp	Lanjutu Jkombis
Infopub				
Pahamwp	0.687			
Patuhwp	0.660	0.271		
Lanjutu				
Jkombis	0.572	0.162	0.174	
<u>P Values For Total Effects</u>				
	Infopub	Pahamwp	Patuhwp	Lanjutu Jkombis
Infopub				
Pahamwp	<0.001			
Patuhwp	<0.001	<0.001		
Lanjutu				
Jkombis	<0.001	0.004	0.003	
Sumber: Data Olahan 2021				

Diketahui dari tabel 4.43 sebagai berikut:

1. Koefisien *direct effect* informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis adalah sebesar 0,38 dan signifikan pada 0,001
2. Koefisien *indirect effect* informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dimediasi oleh pemahaman dan kepatuhan wajib pajak adalah sebesar 0,032 dan signifikan pada 0,017

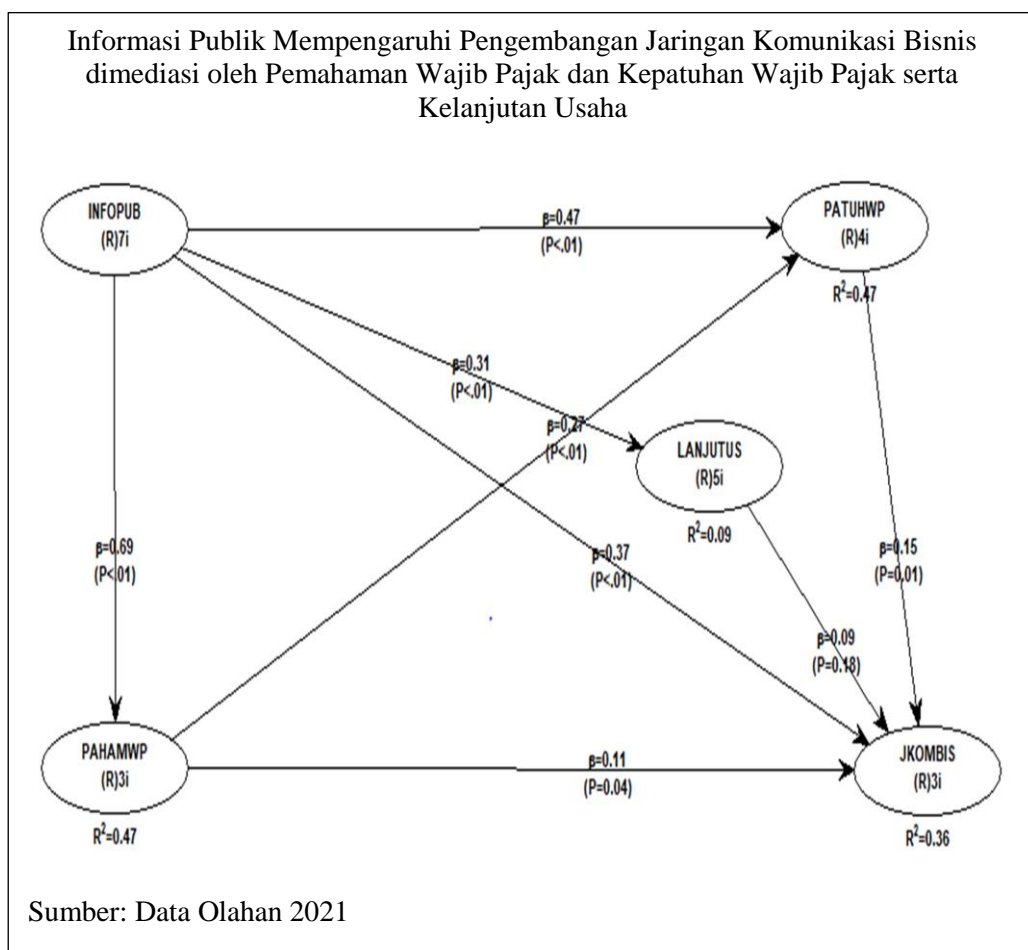
Untuk melihat pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak termasuk mediasi penuh atau parsial digunakan prosedur Baron dan Kenny (1986), Hair dkk (2010), dan Kock (2011).

Berdasarkan perbandingan koefisien *direct effect* dan *indirect effect* diperoleh sebagai berikut:

Informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis menjadi menurun yaitu dari 0,38 (sign 0,001) menjadi 0,032 sign 0,017. Hal ini menunjukkan pola mediasi sebagian (*partial mediation*) atau dengan kata lain pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak dapat memediasi secara parsial hubungan informasi publik dan pengembangan jaringan komunikasi bisnis. Disimpulkan bahwa *hipotesis 7a dapat diterima* yaitu informasi publik berpengaruh langsung terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dan pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak sebagai pemediasi parsial hubungan antara informasi publik dan pengembangan jaringan komunikasi bisnis. Sementara dengan menggunakan metode perhitungan VAF diperoleh nilai sebesar 0,444 atau 44% ( $0,032/(0,38+0,032)$ ) berada diantara 20%-80%. Jadi pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak sebagai pemediasi parsial hubungan informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis.

**4.2.14 Model Informasi publik mempengaruhi pengembangan jaringan komunikasi bisnis dimediasi oleh pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha (dengan 3 segment)**

Analisis berikut ini berkaitan dengan pengaruh ketersediaan informasi public terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis yang dimediasi oleh tiga segmen yaitu variable mediasi pemahaman wajib pajak, kepatuhan wajib pajak dan sustainability usaha UMKM di kota pekanbaru, lebih jelasnya dapat dilihat pada Model gambar 4.14 berikut :



**Gambar 4. 14 Informasi Publik Mempengaruhi Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis dimediasi oleh Pemahaman Wajib Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak serta Kelanjutan Usaha**

Koefisien determinasi menggunakan *R-Squared* disajikan pada tabel 4.44 sebagai berikut:

1. *R-squared* konstruk Pemahaman Wajib Pajak sebesar 0,473. Artinya variable Informasi Publik mampu mempengaruhi pemahaman wajib pajak sebesar 47%
2. *R-squared* konstruk Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,474. Artinya variabel Informasi Publik mampu mempengaruhi Kepatuhan wajib pajak sebesar 47%
3. *R-squared* konstruk Kelanjutan usaha sebesar 0,095. Artinya variable Informasi Publik mampu mempengaruhi kelanjutan usaha sebesar 9,5%
4. *R-squared* konstruk jaringan komunikasi bisnis sebesar 0,357. Artinya variabel Informasi Publik mampu mempengaruhi jaringan komunikasi bisnis sebesar 36 %

*Goodness of Fit* atau pengujian kecocokan model berdasarkan pada *Model fit indirect and P values* dimana indikator model fit terdiri dari APC, ARS dan AVIF.

Berdasarkan output penelitian (lihat tabel 4.45) telah memenuhi kriteria *goodness of fit model* yaitu:

1. *Avarage Path Coefficient* (APC) sebesar =0.350,  $P < 0.001$
2. *Avarage R-Squared* (ARS) sebesar=0.432,  $P < 0.001$
3. *Avarage Inflation Factor* (AVIF) sebesar =1,935 , diterima jika  $\leq 5$ , ideal  $\leq 3.3$

**Tabel 4. 40 Latent Variable Coefficients Model Gambar 4.14**

<b>Latent Variable Coefficients Model Gambar 4.14</b>					
	INFOPUB	PAHAMWP	PATUHP	LANJUTUS	JKOMBIS
R-squared		0.473	0.474	0.095	0.357
Composite reliab.	0.903	0.928	0.879	0.805	0.852
Cronbach's alpha	0.874	0.883	0.816	0.697	0.740
Avg. var. extrac.	0.571	0.811	0.646	0.454	0.659
Full collin. VIF	2.479	1.883	1.834	1.160	1.535
Q-squared		0.473	0.470	0.097	0.350

Sumber: Data olahan 2021

**Tabel 4. 41 Pengujian Kecocokan Model (*Goodness of Fit*)  
Model Gambar 4.14**

<p>Pengujian Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>) Model Gambar 4.14</p> <p><b>Model fit indices and P values</b></p> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <p><b>APC=0.308, P&lt;0.001</b> <b>ARS=0.349, P&lt;0.001</b> <b>AVIF=1.816, Good if &lt; 5</b></p> <p>Sumber: Data olahan 2021</p>
---

**Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)**

Pengujian secara tidak langsung (*indirect effect*) pada pertanyaan penelitian apakah Informasi publik mempengaruhi pengembangan jaringan komunikasi bisnis di dimediasi oleh pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha. Dengan kata lain apakah pemahaman dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha dapat memediasi pengaruh informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis?

**Tabel 4. 42 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*) (Mediasi) model gambar 4.14**

<p><b>Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>) (Mediasi) model gambar 4.14</b> <b>Pengaruh Informasi Publik Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis</b> <b>Dimediasi Pemahaman, Kepatuhan Wajib Pajak dan Kelanjutan Usaha</b></p>					
<b><u>Indirect effects for paths with 3 segments</u></b>					
	INFOPUB	PAHAMWP	PATUHWP	LANJUTU	JKOMBIS
INFOPUB					
PAHAMWP					
PATUHWP					
LANJUTU					
JKOMBIS		0.028			
<b><u>P values of indirect effects for paths with 3 segments</u></b>					
	INFOPUB	PAHAMWP	PATUHWP	LANJUTU	JKOMBIS
INFOPUB					
PAHAMWP					
PATUHWP					
LANJUTU					
JKOMBIS		0.029			
Sumber: Data Olahan 2021					

Jawaban atas pertanyaan penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 4.46. Berikut ini hasil uji pengaruh tidak langsung variabel laten tersebut:

Pengaruh tidak langsung informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis melalui pemahaman dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha sebesar 0,028 dengan P value=0,029 < tingkat signifikan 0,05, maka pemahaman dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha secara tidak langsung signifikan mempengaruhi pengembangan jaringan komunikasi bisnis melalui informasi publik. Dengan kata lain, **pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak dapat serta kelanjutan usaha menjadi mediasi pada pengaruh informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis.**

Tahap selanjutnya dalam pengujian hipotesis variabel mediasi menurut Baron dan Kenny (1986), Hair dkk, 2011 dan Kock (2011, 2013) sebagai berikut:

1. Melakukan estimasi *direct effect variabel X terhadap Y*
2. Melakukan estimasi *indirect effect* secara simultan dengan *triangle PLS SEM Model*

Diketahui dari tabel 4.46 sebagai berikut:

1. **Koefisien *direct effect* informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis adalah sebesar 0,37 dan signifikan pada 0,001**
2. Koefisien *indirect effect* informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dimediasi oleh pemahaman dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha adalah sebesar 0,028 dan signifikan pada 0,029

Untuk melihat pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha termasuk mediasi penuh atau parsial digunakan prosedur Baron dan Kenny (1986), Hair dkk (2010), dan Kock (2011).

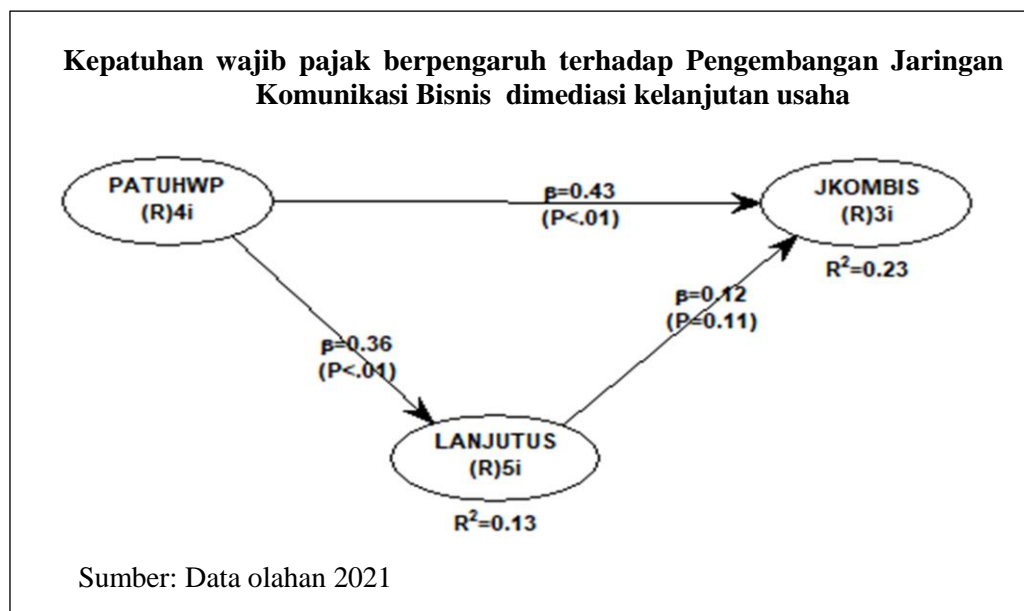
Berdasarkan perbandingan koefisien *direct effect* dan *indirect effect* diperoleh sebagai berikut:

Informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis menjadi menurun yaitu dari 0,374 (sign 0,001) menjadi 0,028 sign 0,029. Hal ini memperlihatkan model mediasi sebagian (*partial mediation*) atau dengan kata

lain pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha dapat memediasi secara parsial hubungan informasi publik dan pengembangan jaringan komunikasi bisnis. Disimpulkan bahwa *hipotesis 7b dapat diterima* yaitu informasi publik berpengaruh langsung terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dan pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha sebagai pemediasi parsial hubungan antara informasi publik dan pengembangan jaringan komunikasi bisnis. Sementara dengan menggunakan metode perhitungan VAF diperoleh nilai sebesar 0,07 atau 7% ( $0,028/(0,028+0,374)$ ) berada dibawah 20%. Jadi pemahaman wajib pajak, kepatuhan wajib pajak dan kelanjutan usaha hampir tidak ada efek mediasi antara hubungan informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis.

#### 4.2.15 Model Kepatuhan Wajib Pajak Berpengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Dimediasi Kelanjutan Usaha

Penjelasan yang akan diterangkan pada gambar 4.15 adalah pengaruh variable kepatuhan wajib pajak terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis yang di mediasi oleh sustainability usaha sebagai berikut :



**Gambar 4. 15 Kepatuhan wajib pajak berpengaruh terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis dimediasi kelanjutan usaha**

Koefisien determinasi menggunakan *R-Squared* disajikan pada tabel 4.47. sebagai berikut:

1. *R-squared* konstruk kelanjutan usaha sebesar 0,13. Artinya variable kepatuhan wajib pajak mampu mempengaruhi kelanjutan usaha sebesar 13%
2. *R-squared* konstruk Pengembangan jaringan komunikasi bisnis sebesar 0,23. Artinya variable kepatuhan wajib pajak mampu mempengaruhi Pengembangan jaringan komunikasi bisnis sebesar 23%

*Goodness of Fit* atau pengujian kecocokan model berdasarkan pada *Model fit indirect and P values* dimana indikator model fit terdiri dari APC, ARS dan AVIF.

Berdasarkan output penelitian (lihat tabel 4.48) telah memenuhi kriteria *goodness of fit model* yaitu:

1. *Avarage Path Coefficient* (APC) sebesar =0.304,  $P < 0.001$
2. *Avarage R-Squared* (ARS) sebesar=0.182,  $P < 0.001$
3. *Avarage Inflation Factor* (AVIF) sebesar =1,124 , diterima jika  $\leq 5$ , ideal  $\leq 3.3$

#### **Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)**

Pengujian secara tidak langsung (*indirect effect*) pada pertanyaan penelitian apakah kepatuhan wajib pajak mempengaruhi pengembangan jaringan komunikasi bisnis di dimediasi oleh kelanjutan usaha. Dengan kata lain apakah kelanjutan usaha dapat memediasi kepatuhan wajib pajak terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis?

**Tabel 4. 43 Latent Variable Coefficients Model Gambar 4.15**

<b>Latent Variable Coefficients Model Gambar 4.15</b>					
	INFO PUB	PAHAM WP	PATUH WP	LANJUTUS	JKOMBIS
R-squared				0.130	0.234
Composite reliab.	0.903	0.928	0.879	0.805	0.851
Cronbach's alpha	0.874	0.883	0.816	0.697	0.736
Avg. var. extrac.	0.571	0.811	0.646	0.454	0.656
Full collin. VIF	2.481	1.882	1.834	1.160	1.534
Q-squared				0.135	0.234

Sumber: Data olahan 2021



**Tabel 4. 44 Pengujian Kecocokan Model (*Goodness of Fit*) Model Gambar 4.15**

Pengujian Kecocokan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ) Model Gambar 4.15	
<b>Model fit indices and P values</b>	
-----	
APC=0.304, P<0.001 ARS=0.182, P<0.001 AVIF=1.124, Good if < 5	
Sumber: Data olahan 2021	

**Tabel 4. 45 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*) (Mediasi) Gambar 4.15**

Pengujian Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect Effect</i> ) (Mediasi) Gambar 4.15					
Kepatuhan Wajib Pajak Berpengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis Dimediasi Kelanjutan Usaha					
<u>Indirect effects for paths with 2 segments</u>					
	INFOPUB	PAHAMWP	PATUHPW	LANJUTU	JKOMBIS
INFOPUB					
PAHAMWP					
PATUHPW					
LANJUTU					
JKOMBIS					0,044
<u>P values of indirect effects for paths with 2 segments</u>					
	INFOPUB	PAHAMWP	PATUHPW	LANJUTU	JKOMBIS
INFOPUB					
PAHAMWP					
PATUHPW					
LANJUTU					
JKOMBIS					0,121
Sumber: Data Olahan 2021					

Jawaban atas pertanyaan penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 4.49. Berikut ini hasil uji pengaruh tidak langsung variabel laten tersebut: Pengaruh tidak langsung kepatuhan wajib pajak terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dimediasi oleh kelanjutan usaha sebesar 0,044 dengan P value=0,121>tingkat signifikan 0,05, maka kelanjutan usaha secara tidak langsung tidak signifikan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak terhadap pengembangan

jaringan komunikasi bisnis. Dengan kata lain, **kelanjutan usaha Memediasi kepatuhan wajib pajak Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis.**

Tahap berikut dalam pengujian hipotesis variabel mediasi menurut Baron dan Kenny (1986), Hair dkk, 2011 dan Kock (2011,2013) sebagai berikut:

1. Melakukan estimasi *direct effect variabel X terhadap Y*
2. Melakukan estimasi *indirect effect* secara simultan dengan *triangle PLS SEM Model*

Diketahui dari tabel 4.49 sebagai berikut:

1. Koefisien *direct effect* kepatuhan wajib pajak terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis adalah sebesar 0,43 dan signifikan pada 0,001
2. Koefisien *indirect effect* kepatuhan wajib pajak terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dimediasi oleh kelanjutan usaha adalah sebesar 0,044 dan signifikan pada 0,121

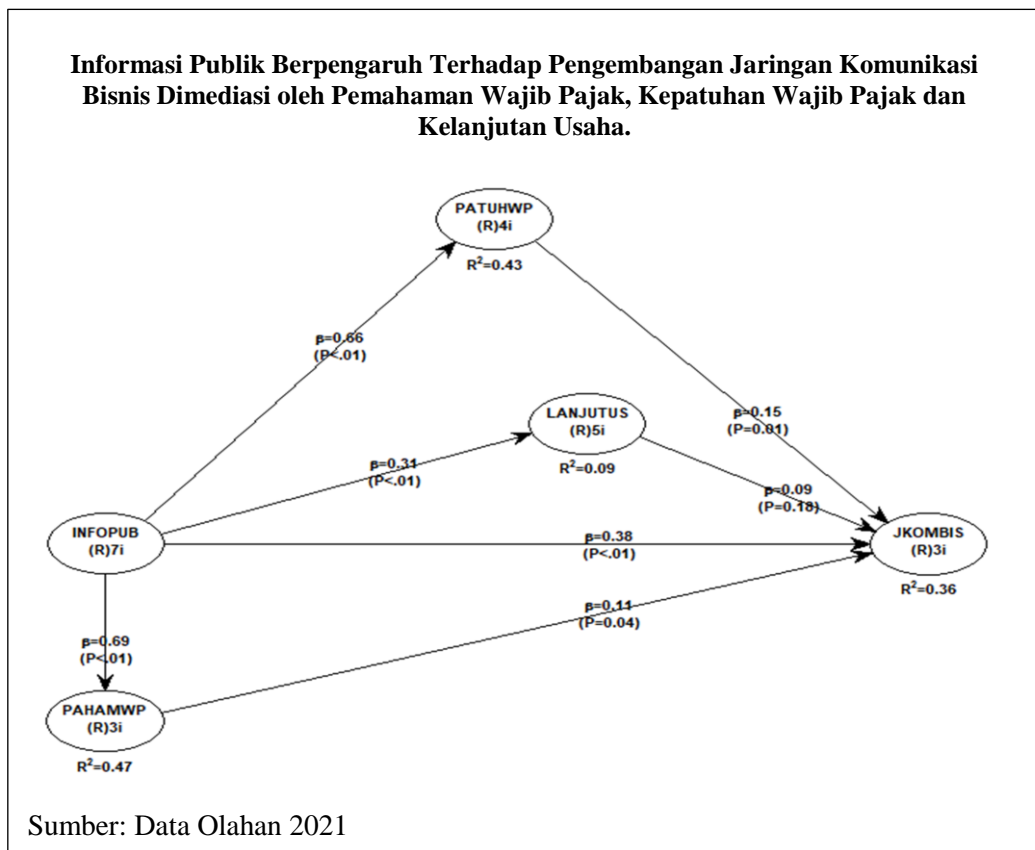
Untuk melihat kelanjutan usaha termasuk mediasi penuh atau parsial digunakan prosedur Baron dan Kenny (1986), Hair dkk (2010), dan Kock (2011). Berdasarkan perbandingan koefisien *direct effect* dan *indirect effect* diperoleh sebagai berikut:

Pengaruh kepatuhan wajib pajak terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis menjadi menurun yaitu dari 0,429 (sign 0,001) menjadi 0,044 tidak signifikan (0,121 > 0,05). Hal ini memperlihatkan model mediasi penuh (*full mediation*) atau dengan kata lain kelanjutan usaha dapat memediasi secara penuh hubungan kepatuhan wajib pajak terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis. Disimpulkan bahwa **hipotesis 8 dapat diterima** yaitu kepatuhan wajib pajak berpengaruh terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dan kelanjutan usaha sebagai pemediasi penuh hubungan antara kepatuhan wajib pajak terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis. Sementara dengan menggunakan metode perhitungan VAF diperoleh nilai sebesar 0,357 atau 36% (0,044/(0,123) berada diantara 20%-80%. Jadi kelanjutan usaha memediasi

secara parsial hubungan antara kepatuhan wajib pajak terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis.

#### 4.2.16 Model Informasi Publik Berpengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis Dimediasi oleh Pemahaman Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak dan Kelanjutan Usaha

Pada model Gambar 4.16 dibawah ini menjelaskan pengaruh Informasi Publik terhadap Pengembangan Jaringan komunikasi Bisnis yang di mediasi oleh tingkat kepatuhan wajib pajak dan berkelanjutan usaha pada UMKM Kota pekanbaru



**Gambar 4. 16** Informasi Publik Berpengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis Dimediasi oleh Pemahaman Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak dan Kelanjutan Usaha.

Koefisien determinasi menggunakan *R-Squared* disajikan pada tabel 4.50. sebagai berikut:

1. *R-squared* konstruk Pemahaman Wajib Pajak sebesar 0,473. Artinya variable Informasi Publik mampu mempengaruhi pemahaman wajib pajak sebesar 47%
2. *R-squared* konstruk Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,43. Artinya variabel Informasi Publik dan pemahaman wajib pajak mampu mempengaruhi Kepatuhan wajib pajak sebesar 43%
3. *R-squared* konstruk Kelanjutan Usaha sebesar 0,09. Artinya variabel Informasi Publik dan pemahaman wajib pajak mampu mempengaruhi Kelanjutan usaha sebesar 9%
4. *R-squared* konstruk pengembangan jaringan komunikasi bisnis sebesar 0,357. Artinya variabel Informasi Publik, pemahaman wajib pajak, kepatuhan wajib pajak dan kelanjutan usaha mampu mempengaruhi jaringan komunikasi bisnis sebesar 36 %

*Goodness of Fit* atau pengujian kecocokan model berdasarkan pada *Model fit indirect and P values* dimana indikator model fit terdiri dari APC, ARS dan AVIF.

Berdasarkan output penelitian (lihat tabel 4.51) telah memenuhi kriteria *goodness of fit model* yaitu:

4. *Average Path Coefficient* (APC) sebesar =0.340,  $P < 0.001$
5. *Average R-Squared* (ARS) sebesar=0.340,  $P < 0.001$
6. *Average Inflation Factor* (AVIF) sebesar =1,786 , diterima jika  $\leq 5$ , ideal  $\leq 3.3$

#### **Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)**

Pengujian secara tidak langsung (*indirect effect*) pada pertanyaan penelitian apakah Informasi Publik Berpengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis Dimediasi oleh Pemahaman Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak dan Kelanjutan Usaha. Dengan kata lain apakah Pemahaman Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak dan Kelanjutan Usaha dapat memediasi Informasi Publik Berpengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis ?

**Tabel 4. 46 Latent Variable Coefficients model Gambar 4.16**

Latent Variable Coefficients model Gambar 4.16					
	INFOPUB	PAHAMWP	PATUHP	LANJUTUS	JKOMBIS
R-squared		0.473	0.435	0.095	0.356
Composite reliab.	0.903	0.928	0.879	0.805	0.851
Cronbach's alpha	0.874	0.883	0.816	0.697	0.736
Avg. var. extrac.	0.571	0.811	0.646	0.454	0.656
Full collin. VIF	2.481	1.882	1.834	1.160	1.534
Q-squared		0.473	0.430	0.097	0.349

Sumber: Data olahan 2021

**Tabel 4. 47 Pengujian Kecocokan Model (*Goodness of Fit*) model Gambar 4.16**

Pengujian Kecocokan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ) model Gambar 4.16	
Model fit indices and P values	
APC=0.340, P<0.001	
ARS=0.340, P<0.001	
AVIF=1.786, Good if < 5	

Sumber: Data olahan 2021

Jawaban atas pertanyaan penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 4.52. Berikut ini hasil uji pengaruh tidak langsung variabel laten tersebut:

Pengaruh tidak langsung Informasi Publik Berpengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis Dimediasi oleh Pemahaman Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak dan Kelanjutan Usaha sebesar 0,200 dengan P value=0,001< tingkat signifikan 0,05, maka Informasi Publik Berpengaruh signifikan Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis. Dengan kata lain, Pemahaman Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak dan Kelanjutan Usaha **memediasi informasi public Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis.**

**Tabel 4. 48 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*) (Mediasi) model Gambar 4.16**

<b>Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>) (Mediasi) model Gambar 4.16.</b>					
<b>Informasi Publik Berpengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis Dimediasi oleh Pemahaman Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak dan Kelanjutan Usaha</b>					
<b><u>Indirect effects for paths with 2 segments</u></b>					
	Infopub	Pahamwp	Patuhwp	Lanjutu	Jkombis
Infopub					
Pahamwp					
Patuhwp					
Lanjutu					
Jkombis	0,200				
<b><u>P Values Of Indirect Effects For Paths With 2 Segments</u></b>					
	Infopub	Pahamwp	Patuhwp	Lanjutu	Jkombis
Infopub					
Pahamwp					
Patuhwp					
Lanjutu					
Jkombis	0.113				
Sumber: Data Olahan 2021					

Tahap berikut dalam pengujian hipotesis variabel mediasi menurut Baron dan Kenny (1986), Hair dkk, 2011 dan Kock (2011,2013) sebagai berikut:

1. Melakukan estimasi *direct effect* variabel *X* terhadap *Y*
2. Melakukan estimasi *indirect effect* secara simultan dengan *triangle PLS SEM Model*

Diketahui dari tabel 4.52 sebagai berikut:

3. **Koefisien *direct effect* informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis adalah sebesar 0,376 dan signifikan pada 0,001**
4. Koefisien *indirect effect* informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dimediasi oleh pemahaman dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha adalah sebesar 0,200 dan signifikan pada  $0,001 < 0,05$

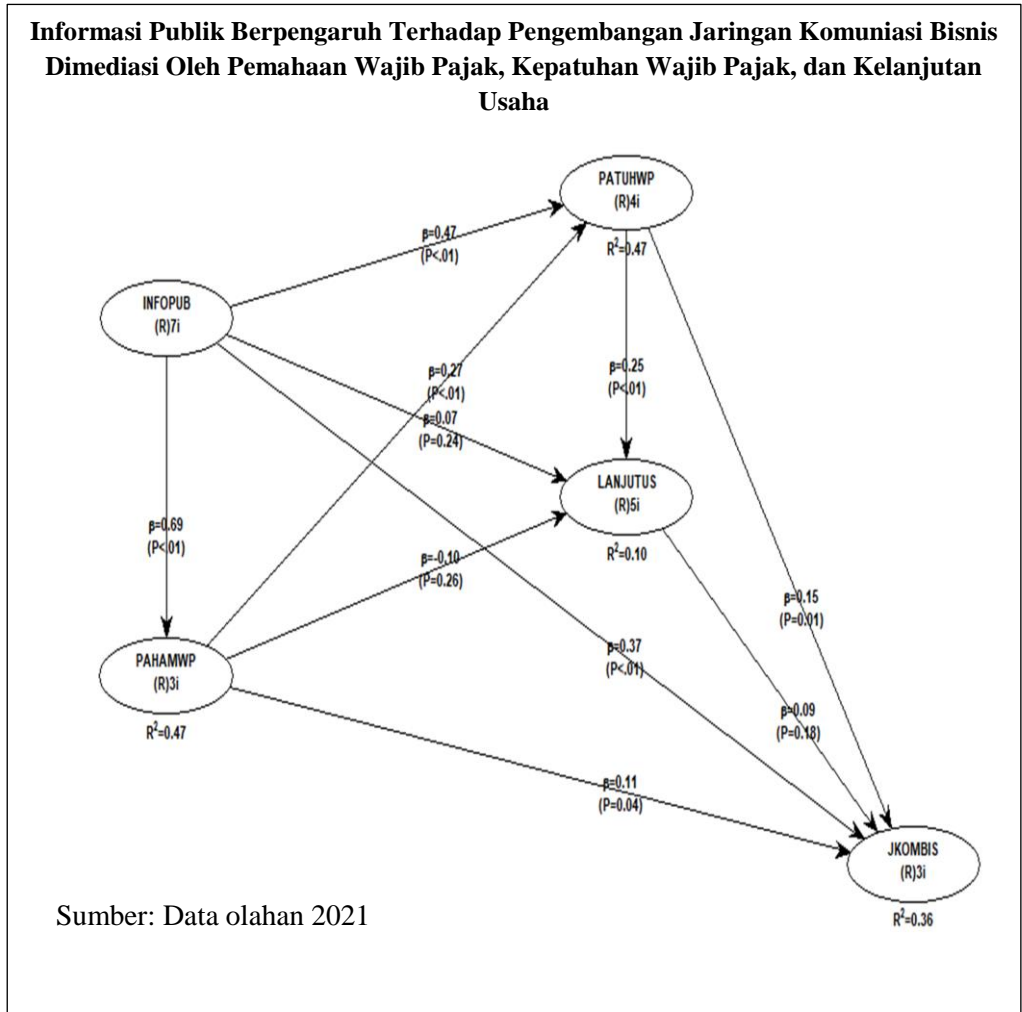
Untuk melihat pemahaman dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha termasuk mediasi penuh atau parsial digunakan prosedur Baron dan Kenny (1986), Hair dkk (2010), dan Kock (2011).

Berdasarkan perbandingan koefisien *direct effect* dan *indirect effect* dilihat dari 3 segment diperoleh sebagai berikut:

Informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis menjadi menurun yaitu dari 0,38 (sign 0,001) menjadi 0,200 signifikan ( $0,001 < 0,05$ ). Hal ini memperlihatkan model dapat memediasi secara parsial atau dengan kata lain pemahaman dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha dapat memediasi secara parsial hubungan informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis. Disimpulkan bahwa ***hipotesis 7c dapat diterima*** yaitu informasi publik berpengaruh terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dan pemahaman dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha dapat sebagai pemediasi parsial hubungan antara informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis. Sementara dengan menggunakan metode perhitungan VAF diperoleh nilai sebesar 2,128 atau 212,8% ( $0,200 / (0,094)$ ) berada diatas 80% sebagai pemediasi penuh. Jadi pemahaman dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha memediasi secara penuh hubungan antara kepatuhan wajib pajak terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis.

#### **4.2.17 Model Informasi Publik Berpengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis Dimediasi oleh Pemahaman Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak dan Kelanjutan Usaha (dengan 4 segment)**

Selanjutnya pada Model gambar 4.17 berkaitan dengan empat segmen tabel yakni pengaruh variable ketersediaan informasi public terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis yang dimediasi oleh variabel pemahaman wajib pajak, kepatuhan wajib pajak dan sustainability usaha sebagai berikut :



**Gambar 4. 17 Informasi Publik Berpengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis Dimediasi Oleh Pemahaman Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak, dan Kelanjutan Usaha**

Koefisien determinasi menggunakan *R-Squared* disajikan pada tabel 4.53. sebagai berikut:

5. *R-squared* konstruk Pemahaman Wajib Pajak sebesar 0,473. Artinya variable Informasi Publik mampu mempengaruhi pemahaman wajib pajak sebesar 47%
6. *R-squared* konstruk Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,474. Artinya variabel Informasi Publik dan pemahaman wajib pajak mampu mempengaruhi Kepatuhan wajib pajak sebesar 47%



7. *R-squared* konstruk Kelanjutan Usaha sebesar 0,102. Artinya variabel Informasi Publik dan pemahaman wajib pajak mampu mempengaruhi Kelanjutan usaha sebesar 10%
8. *R-squared* konstruk pengembangan jaringan komunikasi bisnis sebesar 0,357. Artinya variabel Informasi Publik, pemahaman wajib pajak, kepatuhan wajib pajak dan kelanjutan usaha mampu mempengaruhi jaringan komunikasi bisnis sebesar 36 %

*Goodness of Fit* atau pengujian kecocokan model berdasarkan pada *Model fit indirect and P values* dimana indikator model fit terdiri dari APC, ARS dan AVIF.

Berdasarkan output penelitian (lihat tabel 4.54) telah memenuhi kriteria *goodness of fit model* yaitu:

7. *Avarage Path Coefficient* (APC) sebesar =0.258,  $P < 0.001$
8. *Avarage R-Squared* (ARS) sebesar=0.351,  $P < 0.001$
9. *Avarage Inflation Factor* (AVIF) sebesar =1,890 , diterima jika  $\leq 5$ , ideal  $\leq 3.3$

#### **Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (*Idirect Effect*)**

Pengujian secara tidak langsung (*indirect effect*) pada pertanyaan penelitian apakah Informasi Publik Berpengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis Dimediasi oleh Pemahaman Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak dan Kelanjutan Usaha. Dengan kata lain apakah Pemahaman Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak dan Kelanjutan Usaha dapat memediasi Informasi Publik Berpengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis ?

**Tabel 4. 49 Latent Variable Coefficients Model Gambar 4.17**

<b>Latent Variable Coefficients Model Gambar 4.17</b>					
	INFOPUB	PAHAMWP	PATUHP	LANJUTUS	JKOMBIS
R-squared		0.473	0.474	0.102	0.357
Composite reliab.	0.903	0.928	0.879	0.805	0.852
Cronbach's alpha	0.874	0.883	0.816	0.697	0.740
Avg. var. extrac.	0.571	0.811	0.646	0.454	0.659
Full collin. VIF	2.479	1.883	1.834	1.160	1.535
Q-squared		0.473	0.470	0.119	0.350

Sumber: Data olahan 2021

**Tabel 4. 50 Pengujian Kecocokan Model (*Goodness of Fit*) Model Gambar 4.17**

Tabel 4.47 Pengujian Kecocokan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ) Model Gambar 4.17	
Model fit indices and P values	
-----	
APC=0.258, P<0.001	
ARS=0.351, P<0.001	
AVIF=1.890, Good if < 5	
Sumber: Data olahan 2021	

Jawaban atas pertanyaan penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 4.55. Berikut ini hasil uji pengaruh tidak langsung variabel laten tersebut:

Pengaruh tidak langsung Informasi Publik Berpengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis Dimediasi oleh Pemahaman Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak dan Kelanjutan Usaha sebesar 0,004 dengan P value=0,255 > tingkat signifikan 0,05, maka Informasi Publik Berpengaruh tidak signifikan Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis. Dengan kata lain, Pemahaman Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak dan Kelanjutan Usaha **Memediasi informasi public Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis**. Walaupun pengaruhnya tidak signifikan maka pengaruh ketersediaan informasi Publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi dapat dikatakan pengaruh penuh, artinya pengembangan jaringan komunikasi bisnis secara langsung di pengaruhi oleh ketersediaan informasi public tanpa harus dimediasi oleh variable-variabel lainnya

Tahap berikut dalam pengujian hipotesis variabel mediasi menurut Baron dan Kenny (1986), Hair dkk, 2011 dan Kock (2011,2013) sebagai berikut:

3. Melakukan estimasi *direct effect variabel X terhadap Y*
4. Melakukan estimasi *indirect effect* secara simultan dengan *triangle PLS SEM Model*

**Tabel 4. 51 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*) (Mediasi) Model Gambar 4.17**

Pengujian Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect Effect</i> ) (Mediasi) Model Gambar 4.17				
Informasi Publik Berpengaruh Terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis Dimediasi oleh Pemahaman Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak dan Kelanjutan Usaha				
<u>Indirect effects for paths with 4 segments</u>				
	Infopub	Pahamwp	Patuhwp	Lanjutu Jkombis
Infopub				
Pahamwp				
Patuhwp				
Lanjutu				
Jkombis				0.004
<u>P Values Of Indirect Effects For Paths With 4 Segments</u>				
	Infopub	Pahamwp	Patuhwp	Lanjutu Jkombis
Infopub				
Pahamwp				
Patuhwp				
Lanjutu				
Jkombis				0.255
Sumber: Data Olahan 2021				

Diketahui dari tabel 4.55 sebagai berikut:

5. Koefisien *direct effect* informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis adalah sebesar 0,37 dan signifikan pada 0,001
6. Koefisien *indirect effect* informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dimediasi oleh pemahaman dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha adalah sebesar 0,004 dan tidak signifikan pada 0,255 >0,05

Untuk melihat kelanjutan usaha termasuk mediasi penuh atau parsial digunakan prosedur Baron dan Kenny (1986), Hair dkk (2010), dan Kock (2011). Berdasarkan perbandingan koefisien *direct effect* dan *indirect effect* dilihat dari 4 segment diperoleh sebagai berikut:

Informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis menjadi menurun yaitu dari 0,37 (sign 0,001) menjadi 0,004 tidak signifikan (0,255 > 0,05). Hal ini memperlihatkan model mediasi penuh (*full mediation*) atau dengan kata lain pemahaman dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha dapat

memediasi secara penuh hubungan informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis. Disimpulkan bahwa *hipotesis 7c dapat diterima* yaitu informasi publik berpengaruh terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dan pemahaman dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha sebagai pemediasi penuh hubungan antara informasi publik berpengaruh terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis. Sementara dengan menggunakan metode perhitungan VAF diperoleh nilai sebesar 0,011 atau 1,1% ( $0,004/(0,004+0,37)$ ) berada dibawah 20%. Jadi pemahaman dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha hampir tidak ada efek mediasi hubungan antara kepatuhan wajib pajak terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis.

### 4.3 Pembahasan

Berdasarkan pengolahan data statistic **Secara Parsial Variabel Laten Eksogen dan Endogen** dengan menggunakan WarpPLS 3 diperoleh hasil bahwa Informasi Publik berpengaruh positif signifikan terhadap Pemahaman Wajib Pajak sehingga **hipotesis 1.1 dapat diterima**. Selanjutnya informasi publik juga berpengaruh positif signifikan terhadap Pemahaman Wajib karena itu **hipotesis 1.2 dapat diterima**. Kemudian informasi publik berpengaruh positif signifikan terhadap kelanjutan usaha oleh sebab itu **hipotesis 1.3 dapat diterima**. Informasi Publik berpengaruh positif signifikan terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis sehingga **hipotesis 1.4 dapat diterima**. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial informasi public berpengaruh positif signifikan terhadap pemahaman wajib pajak, kepatuhan wajib pajak, kelanjutan usaha dan pengembangan jaringan komunikasi bisnis.

Ditinjau dari besarnya pengaruh informasi publik terhadap sebagai berikut pemahaman wajib pajak sebesar 47%, kepatuhan wajib pajak 43%, kelanjutan usaha 9% dan pengembangan jaringan komunikasi 32%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Meskipun persentasi pengaruh informasi public dibawah 50% berkaitan dengan informasi perpajakan sudah cukup memberikan penjelasan bahwa informasi publik merupakan bagian yang berperan penting dalam kehidupan pelaku UMKM. Hal ini disebabkan oleh adanya Kemudahan Akses Infromasi Publik baik dari media konvensional maupun new media.

Akses infromasi public konvensional meliputi media elektronik seperti TV,radio, media cetak massa maupun nirmassa seperti Koran, majalah, brosur dan lainnya yang digunakan responden untuk memperoleh informasi Publik mengenai perpajakan. Begitu juga dengan akses informasi dari new media meliputi, WhatsApp (WA), Face book, Medsos, Youtube, Web. Instagram, internet. Mereka setuju bahwa konten informasi public yang disampaikan oleh media konvensional dan new media tersebut cukup jelas dari penyampaian isi dan mudah dipahami. Mereka juga menyatakan setuju bahwa tujuan mengakses informasi public adalah sebagai sarana pendidikan (*edukasi*) dan memperbaharui (*update*) informasi diantaranya mengenai perpajakan.

Pada Pengembangan Jejaringan Komunikasi Bisnis (Business Communication Network Development) diperoleh hasil yaitu: 1). Pelaku UMKM menyatakan kurang setuju bahwa bermitra dengan pemerintah atau Asosiasi dapat membantu jaringan komunikasi bisnis. 2). Mereka membangun jaringan komunikasi sering secara Off\_line. 3). Mereka sangat sering dalam mengembangkan jaringan komunikasi bisnis secara online.

Pemahaman Wajib Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak sehingga **hipotesis 2.1 dapat diterima**. Pemahaman Wajib Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Kelanjutan Usaha karena itu **hipotesis 2.2 dapat diterima**. Pemahaman Wajib Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi bisnis oleh sebab itu **hipotesis 2.3 dapat diterima**. Jadi disimpulkan bahwa pemahaman wajib pajak secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, kelanjutan usaha dan pengembangan jaringan komunikasi bisnis.

Berdasarkan uji statistik diperoleh hasil bahwa pemahaman wajib pajak UMKM rendah. Besarnya pengaruh pemahaman wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak adalah 4%, kelanjutan usaha 9%, dan pengembangan jaringan komunikasi bisnis sebesar 2%. Rendahnya pemahaman wajib pajak UMKM disebabkan oleh karena mereka kurang memahami mengenai Ketentuan Pajak tentang pelaporan, pembayaran dan saksi pajak. Mereka kurang memahami jenis penghasilan usaha yang dapat dikenai pajak (PKP) bagi UMKM. Namun mereka cukup memahami untuk menghitung sendiri pajak penghasilan yang mesti dibayar.

Pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya haruslah mengetahui perkembangan dan kemajuan usahanya. Salah satu caranya adalah dengan mengetahui kinerja keuangan. Kinerja keuangan dapat dilihat dari laporan keuangan. Untuk dapat menyusun laporan keuangan haruslah memiliki ilmu akuntansi. Hendrawati (2017) menyatakan bahwa pengetahuan akuntansi berpengaruh terhadap penggunaan informasi akuntansi pada UMKM. Pengetahuan akuntansi dan pemahaman akuntansi diperlukan untuk menggali dan

memahami berbagai informasi berkaitan dengan akuntansi, perpajakan dan investasi.

Akuntansi keuangan dan akuntansi perpajakan berbeda, namun keduanya perlu diketahui dan dipahami terutama oleh pelaku UMKM sebagai wajib pajak. Pemahaman wajib pajak atas peraturan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak (Machfuzhoh & Pratiwi, 2021). Ditambahkan oleh Sumianto & Kurniawan (2015) bahwa pemahaman ketentuan pajak dan pemahaman akuntansi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Selanjutnya kajian tentang kepatuhan wajib pajak, dinyatakan bahwa Kepatuhan Wajib Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha sehingga **hipotesis 3.1 dapat diterima**. Kemudian Kepatuhan Wajib Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis karena itu **hipotesis 3.2 dapat diterima**. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepatuhan wajib pajak berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keberlanjutan usaha dan pengembangan jaringan komunikasi bisnis.

Kajian berikutnya adalah melihat besarnya pengaruh kepatuhan wajib pajak. Kepatuhan wajib pajak berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha sebesar 13%, dan terhadap pengembangan jaringan komunikasi sebesar 22% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Meskipun rendah kontribusi kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM, namun dari hasil angket mereka menyatakan patuh dalam membayar semua jenis pajak kecuali yang tidak dikenakan. Mereka setuju menyampaikan SPT pajak sesuai dengan *Jadwal* yang telah di tentukan dan setuju membayar pajak sesuai dengan *ketentuan tarif* pajak serta setuju memberi data berkaitan pajak dengan mengutamakan kejujuran, kebenaran dan kelengkapan.

Pembahasan selanjutnya berkenaan dengan pengaruh keberlanjutan usaha terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis. Keberlanjutan Usaha berpengaruh positif signifikan terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis sehingga **hipotesis 4 dapat diterima**. Besarnya pengaruh keberlanjutan usaha adalah sebesar 7% terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kajian keberlanjutan (*sustainability*) usaha pelaku UMKM, mereka menyatakan pertama sudah nyaman dalam menjalankan/ melanjutkan usaha karena memiliki kelengkapan perizinan usaha. Kedua, dengan izin usaha yang dimiliki tersebut, mereka merasa diberlakukan/diberi kesempatan yang sama serta mampu bersaing dengan pengusaha lain. Ketiga mereka optimis usaha bisa berlanjut dengan memiliki fasilitas usaha dan situasi yang mendukung. Keempat dengan adanya kebijakan pemerintah menurunkan tarif pajak dapat membantu keberlangsungan usaha pelaku UMKM selama Pandemi Covid 19. Kelima mereka sangat optimis usaha dapat berkembang bila diberi kemudahan mendapatkan tambahan modal dari pihak ketiga (bank, koperasi, Lembaga keuangan dan lain-lain),

Sementara itu hasil analisis mengenai antar Variabel Laten Eksogen dan Endogen yang Memiliki Variabel Mediasi berhubungan pengujian pengaruh antar variabel laten yang memiliki variabel mediasi dapat dilihat pada penjelasan berikut ini.

1. Informasi publik berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dan pemahaman wajib pajak sebagai pemediasi parsial sehingga ***hipotesis 5 dapat diterima.***
2. Informasi publik berpengaruh terhadap kelanjutan usaha yang signifikan menunjukkan pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel pemediasi parsial. Disimpulkan bahwa ***hipotesis 6 dapat diterima*** yaitu informasi publik berpengaruh positif signifikan terhadap Kelanjutan usaha dimediasi oleh pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak.
3. Informasi public berpengaruh positif signifikan terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dimediasi oleh pemahaman dan kepatuhan wajib pajak. Disimpulkan bahwa ***hipotesis 7a dapat diterima*** yaitu informasi publik berpengaruh langsung terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dan pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak sebagai pemediasi parsial hubungan antara informasi publik dan pengembangan jaringan komunikasi bisnis.



4. Informasi publik berpengaruh terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dan pemahaman dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha dapat sebagai pemediasi parsial hubungan antara informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis sehingga *hipotesis 7b dapat diterima* dilihat dari 3 segmen/path
5. Informasi publik berpengaruh terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dan pemahaman dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha sebagai **pemediasi penuh** hubungan antara informasi publik berpengaruh terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis sehingga *hipotesis 7c dapat diterima* dari 4 segmen/path
6. Pengaruh kepatuhan wajib pajak terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis menjadi menurun sehingga memperlihatkan model mediasi penuh (*full mediation*). Kata lain kelanjutan usaha dapat memediasi secara penuh hubungan kepatuhan wajib pajak terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis. Disimpulkan bahwa *hipotesis 8 dapat diterima* yaitu kepatuhan wajib pajak berpengaruh terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dan kelanjutan usaha sebagai pemediasi penuh hubungan antara kepatuhan wajib pajak terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis.

Berdasarkan uji model (*Goodness Of Fit Test*) dari tabel 4.52 maka diperoleh model yang terbaik pada hipotesis ke-5 yaitu: Informasi Publik berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dimediasi Pemahaman Wajib Pajak karena memiliki *Avarage R-squared* (*Avarage*  $r^2=47\%$ ) dan *Avarage Path Coefficient* (*APC=47%*) yang lebih tinggi dari pernyataan hipotesis yang lain.

**Tabel 4. 52 Membandingkan Model Yang Terbaik (*Goodness Of Fit Test*)  
Dari Hasil Uji Statistik**

No	H	PERNYATAAN HIPOTESIS	Mediasi	ARS	AVIF	APC
1	5	Informasi Publik berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dimediasi Pemahaman Wajib Pajak	Parsial	0,473	1,880	0,477
2	6	Informasi Publik berpengaruh terhadap Kelanjutan Usaha Dimediasi Pemahaman Wajib Pajak	Parsial	0,350	1,975	0,310
3	7a (2jalur)	Informasi Publik berpengaruh terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis Dimediasi Pemahaman Wajib Pajak, kepatuhan wajib pajak dan kelanjutan usaha	Parsial	0,347	1,867	0,344
4	7b (3jalur)	Informasi Publik berpengaruh terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis Dimediasi Pemahaman Wajib Pajak, kepatuhan wajib pajak dan kelanjutan usaha	Parsial	0,349	1,816	0,308
5	7c (4jalur)	Informasi Publik berpengaruh terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis Dimediasi Pemahaman Wajib Pajak, kepatuhan wajib pajak dan kelanjutan usaha	penuh	0,351	1,890	0,258
8	8	kepatuhan wajib pajak berpengaruh terhadap pengembangan jaringan komunikasi dimediasi kelanjutan usaha	Penuh	0,187	1,125	0,309

Keterangan:

ARS = Avarage R-squared

AVIF = Avarage Variance Inflation Factor

APC = Avarage Path Coefficient

H = Hipotesis

Hasil penelitian ini mendukung penelitian *Andi Syahrudin Alam dan Muhammad Iqbal Sultan* (2016) ketersediaan informasi publik berdampak terhadap *audiens*. Seperti informasi tentang ketentuan perpajakan bagi UMKM. Tatik (2018) menyatakan bahwa Pertama, sebelum diberlakukan Peraturan Pemerintah (PP) No. 23 tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan UMKM, tidak ada pelaku UMKM yang patuh pajak dikarenakan: pertama mereka tidak tahu adanya PP tersebut. Kedua mereka yang tahu tidak bisa melaksanakan kewajiban pajak disebabkan oleh keterbatasan Sumber Daya Manusia dalam mengurus pembukuan dan perpajakan. Kedua sebab ini dipandang sebagai suatu hal yang merepotkan dan tidak mampu mengurus sendiri. Kedua, setelah diberlakukan PP no. 23 tahun 2018, semua pelaku UMKM mengapresiasi kebijakan penurunan tarif pajak dari 1% menjadi 0,5% dan bersedia bayar pajak, karena itu mereka butuh informasi lebih detail, bimbingan serta pelayanan ramah dan mudah dari kantor pajak.

Kebijakan pemerintah menurunkan tarif pajak bagi Pelaku UMKM, mendorong mereka untuk memiliki pengetahuan melaporkan pajak mereka. Salah satu Pengetahuan akuntansi dan pemahaman akuntansi dengan baik diperlukan dalam rangka menggali dan memahami berbagai informasi yang berkaitan dengan akuntansi, perpajakan dan investasi. Hendrawati (2017) menyatakan bahwa (1). Pengetahuan akuntansi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan informasi akuntansi pada UMKM. (2). Jenjang pendidikan, latar belakang pendidikan, masa memimpin perusahaan, skala usaha secara parsial tidak mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi.

Ditambahkan oleh Kalsum dkk (2016) bahwa yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah pemahaman perpajakan dan kesadaran wajib pajak. Faktor yang dominan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah kesadaran wajib pajak.

Sumianto dan Heni (2015) menyatakan bahwa (1) Kepatuhan pajak dipengaruhi oleh pemahaman akuntansi dan pemahaman ketentuan pajak. Wajib pajak tidak membayar pajak disebabkan oleh tingginya tingkat kesulitan perpajakan, diantaranya keharusan paham akuntansi dan ketentuan perpajakan.

Semakin tinggi pemahaman akuntansi dan ketentuan perpajakan, maka akan semakin baik pelaksanaan perpajakan dan akan semakin tinggi kepatuhan pajak.

Selanjutnya Widayanti dkk (2017) yang meneliti Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha (*Business Sustainability*) Pada UMKM. Disimpulkan bahwa pengetahuan keuangan (*financial literacy*) berpengaruh terhadap *business sustainability* UMKM.

Berdasarkan analisis statistik dalam kajian ini yakni hubungan variabel ketersediaan informasi publik terhadap *sustainability* usaha dan pengembangan jaringan komunikasi bisnis dinyatakan berpengaruh positif terhadap variabel endogen tersebut. Namun apabila pengaruh variabel eksogen berupa ketersediaan informasi publik terhadap perkembangan jaringan komunikasi bisnis yang dimediasi oleh kepatuhan wajib pajak maka fungsi variabel keterbukaan informasi menjadi mediasi penuh. Kata lain, perkembangan komunikasi bisnis UMKM sangat erat hubungannya dengan ketersediaan informasi publik yang di akses oleh UMKM. Ditambahkan bahwa pengaruh ketersediaan informasi publik terhadap perkembangan komunikasi bisnis UMKM tidak dapat diabaikan. Maksudnya untuk mengembangkan jaringan komunikasi bisnis UMKM di era poin 0.5 seperti sekarang ini, maka keberadaan informasi publik yang dapat di akses oleh UMKM tidak bisa dianggap remeh, bahkan dapat di katakan sebagai unsur yang penting dalam mengembangkan jaringan komunikasi bisnis di kalangan UMKM.

Disisi lain, pengaruh ketersediaan informasi publik terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak cukup positif atau lebih tinggi berbanding pengaruh pemahaman pajak terhadap tingkat kepatuhan, hal ini menandakan bahwa ketersediaan informasi public akan lebih mendorong tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak berbanding dengan pengaruh pemahaman wajib pajak terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak.

Fenomena ini, cukup apriasiatif dimana ketersediaan informasi publik tentang pesan perpajakan, dapat dikatakan telah memicu lahirnya kesadaran wajib itu sendiri. Menurut peneliti hal ini sangat bisa saja terjadi karena dengan ketersediaan informasi yang cukup didapati oleh wajib pajak, membuat mereka mampu memutuskan apa yang harus di lakukannya. Pada konteks lain peranan

media atau informasi publik sudah menjadi media pembelajaran sosial oleh masyarakat mengenai perpajakan. Dengan demikian keberadaan media yang selama ini lebih di dominasi media sebagai fungsi hiburan tetapi media juga telah memainkan fungsinya sebagai *social education* (pembelajaran sosial).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

UMKM merupakan salah satu entitas yang menerima manfaat dari informasi publik. Informasi perpajakan merupakan informasi yang penting bagi pemerintah, perusahaan besar, dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pajak merupakan sumber pendapatan bagi Negara yang digunakan untuk kepentingan masyarakat. Penerimaan pajak dari UMKM setiap tahun mengalami peningkatan meskipun sangat kecil. Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah termasuk menurunkan tarif pajak bagi UMKM, namun belum berdampak optimal bagi penerimaan Negara.

Rendahnya penerimaan pajak dari UMKM disebabkan oleh banyak factor, diantaranya ketersediaan informasi, pemahaman wajib pajak, kepatuhan wajib pajak, kelanjutan usaha dan pengembangan jaringan komunikasi bisnis. Oleh karena itu perlu dilakukan kajian.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa secara parsial hipotesis 1 sampai 4 dapat diterima.

1. Informasi public secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap pemahaman wajib pajak, kepatuhan wajib pajak, kelanjutan usaha dan pengembangan jaringan komunikasi bisnis.
2. Pemahaman wajib pajak secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, kelanjutan usaha dan pengembangan jaringan komunikasi bisnis.
3. Kepatuhan wajib pajak berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keberlanjutan usaha dan pengembangan jaringan komunikasi bisnis.
4. Keberlanjutan Usaha berpengaruh positif signifikan terhadap Pengembangan Jaringan Komunikasi Bisnis.

5. Informasi publik berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dan pemahaman wajib pajak sebagai pemediasi parsial sehingga **hipotesis 5 dapat diterima**.
6. Informasi publik berpengaruh terhadap kelanjutan usaha yang signifikan menunjukkan pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel pemediasi parsial. Disimpulkan bahwa **hipotesis 6 dapat diterima** yaitu informasi publik berpengaruh positif signifikan terhadap Kelanjutan usaha dimediasi oleh pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak.
7. Informasi public berpengaruh positif signifikan terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dimediasi oleh pemahaman dan kepatuhan wajib pajak. Disimpulkan bahwa **hipotesis 7a dapat diterima** yaitu informasi publik berpengaruh langsung terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dan pemahaman wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak sebagai pemediasi parsial hubungan antara informasi publik dan pengembangan jaringan komunikasi bisnis.
8. Informasi publik berpengaruh terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dan pemahaman dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha dapat sebagai pemediasi parsial hubungan antara informasi publik terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis sehingga **hipotesis 7b dapat diterima** dilihat dari 3 segmen/path
9. Informasi publik berpengaruh terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dan pemahaman dan kepatuhan wajib pajak serta kelanjutan usaha sebagai **pemediasi penuh** hubungan antara informasi publik berpengaruh terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis sehingga **hipotesis 7c dapat diterima** dari 4 segmen/path
10. Pengaruh kepatuhan wajib pajak terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis menjadi menurun sehingga memperlihatkan model mediasi penuh (**full mediation**). Kata lain kelanjutan usaha dapat memediasi secara penuh hubungan kepatuhan wajib pajak terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis.

Disimpulkan bahwa *hipotesis 8 dapat diterima* yaitu kepatuhan wajib pajak berpengaruh terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis dan kelanjutan usaha sebagai pemediasi penuh hubungan antara kepatuhan wajib pajak terhadap pengembangan jaringan komunikasi bisnis.

## **5.2 Saran**

Saran dalam penelitian ini adalah:

1. Pelaku UMKM agar mengikuti pelatihan tentang perpajakan dan pembukuan/akuntansi agar memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya pelaporan keuangan sebagai dasar perhitungan pajak.
2. Pemerintah perlu mensosialisasikan secara optimal tentang ketentuan perpajakan melalui pemanfaatan akses media konvensional dan *new media*
3. Pemerintah perlu meningkatkan pelayanan dan memberikan fasilitas diantaranya pengembangan jaringan komunikasi bisnis kepada UMKM agar dapat memasarkan produk sehingga bisa berkembang dan berlanjut (*sustainability*)
4. Bagi peneliti selanjutnya agar memperhatikan aspek ekonomi, politik perilaku individu yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM.

## **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki keterbatasan, diantaranya kesulitan dalam memperoleh data. Hal ini disebabkan adanya ketidaknyamanan responden ketika diberi kuisioner. Ada yang suka rela mengisi dan ada yang menolak dengan alasan takut ditagih pajak oleh fiskus berdasarkan data yang mereka isi. Karena itu dalam penelitian ini perlu memiliki petugas pengumpul data yang mampu dari sisi keilmuan dan berperilaku baik serta bermental kuat sehingga bisa meyakinkan responden ketika menyebarkan kuisioner.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

Dijk, Teun A. van. (1995) *Political Communication in Action : Power and the News Media*, Cresskill, NJ: Hampton Press, University of Amsterdam.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.

Supriyono, R.A. (2016). *Akuntansi Keprilakuan*. Gadjah Mada University Press.

Wilantara, Rio F. dan Rully Indrawan. (2016). *Strategi Dan Kebijakan Pengembangan UMKM. Buku Online*, Bandung. Diakses di <https://rullyindrawan.blog.files.wordpress.com/2017/12/editor-strategi-dan-kebijakan-pengembangan-umkm.pdf>. pada tanggal 7 Agustus 2019

### Jurnal:

Andi Syahrudin Alam, Muhammad Iqbal Sultan (2016) Keterbukaan Informasi Publik Melalui Sistem Penghitungan (Situng) Online Hasil Pilkada Terhadap Pengetahuan, Sikap, Dan Perilaku Masyarakat Di Kota Palu. *Jurnal, KAREBA : Jurnal Ilmu Komunikasi*, Universitas Hasanudin Makasar. Vol : 5 no 1 Januari juni 2016. <http://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/1886>

Hendrawati, Erna. (2017). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Magistra, Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol.1 (2), 43-66.

Kalsum, Ummi, Gusnardi, dan Gani Haryana. (2016). Pengaruh Pemahaman Perpajakan Dan KesadaranWajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM)*, [Vol 3, No 1](#). Diakses di <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFKIP/article/view/10171> pada tanggal 7 Agustus 2019.

Kurniawati, Nugroho, dkk. (2012). Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *JMK*, Vol 10 No. 2.

Mahmudah, Muslimah dan Deden Dinar Iskandar. (2018). Analisis Dampak *Tax Morale* Terhadap Kepatuhan Pajak Umkm: Studi Kasus Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, vol. 1, no. 1, pp. 14-32, Apr. 2018. Diakses di [https://ejournal.undip.ac.id/index.php/dinamika\\_pemba/ngunan/article/view/18276/13122](https://ejournal.undip.ac.id/index.php/dinamika_pemba/ngunan/article/view/18276/13122) pada tanggal 7 Agustus 2019.

- Samsiah, Siti dan Nadia Fathurrahmi Lawita. (2017). Review the Readiness of MSMEs in Indonesia Compliance with Accounting Standards Micro, Small and Medium Enterprise (SAK EMKM). *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, Vol.7 (2), 115-120.
- Sumianto Dan Ch. Heni Kurniawan. (2015). Pengaruh Pemahaman Akuntansi Dan Ketentuan, Perpajakan Serta Transparansi Dalam Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan Pada Ukm Di Yogyakarta. *Jurnal MODUS* Vol.27 (1), 41-51.
- Tatik. (2018). Potensi Kepatuhan Pembayaran Pajak Pada Pelaku Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Pasca Penerbitan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 (Studi Kasus Pada Umkm Di Kabupaten Sleman-Yogyakarta). *Journal dan Proceeding Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jendral Soedirman*, Vol 8, No 1. Diakses di <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/1224> pada tanggal 7 Agustus 2019.
- Wawan Herawani, (2012). Pengaruh Media Massa Terhadap Perubahan Sosial Budaya Dan Modernisasi Dalam Pembangunan., Universitas Bandar Lampung <http://jurnal.ubl.ac.id/index.php/JIK/article/view/411/405> *Jurnal Kom & Realitas Sosial.*, Vol 4 No 4.
- Widayanti, R., Damayanti, R., & Marwanti, F. (2017). Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Keberlangsungan Usaha (*Business Sustainability*) Pada UMKM Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18 (1), 153-163.

**Artikel Online:**

- Ferdian, Teddy. (2018). *Mengoptimalkan BDS untuk Kepatuhan Sukarela*. Diakses di <https://www.pajak.go.id/id/artikel/mengoptimalkan-bds-untuk-kepatuhan-sukarela> pada tanggal 6 Agustus 2019.
- Liputan6.com. (06 Juli 2018). *3 Kelemahan Ini Bikin UMKM Sulit Bersaing*. Diakses di <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3581187/3-kelemahan-ini-bikin-umkm-sulit-bersaing>, pada tanggal 6 Agustus 2019.
- Liputan6.com. (06 Juli 2018). *UMKM Sumbang 60 Persen ke Pertumbuhan Ekonomi Nasional*. Diakses di <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3581067/umkm-sumbang-60-persen-ke-pertumbuhan-ekonomi-nasional>, pada tanggal 6 Agustus 2019.
- Liputan6.com. (27 Jun 2018). *Tarif Pajak 0,5 Persen Dinilai Belum Ampuh Dorong UMKM Naik Kelas*. Diakses di <https://www.li>

[putan6.com/bisnis/read/3571385/tarif-pajak-05-persen-dinilai-belum-ampuh - dorong-umkm-naik kelas?](https://putan6.com/bisnis/read/3571385/tarif-pajak-05-persen-dinilai-belum-ampuh-dorong-umkm-naik-kelas?) , pada tanggal 6 Agustus 2019.

Majalahpajak.net. 2019. *Menggali Kontribusi Sektor UMKM*. Diakses di <https://majalahpajak.net/menggali-kontribusi-sektor-umkm/> pada tanggal 7 Agustus 2019.

Mohammadgie, (2011) *Dampak Reformasi Di Indonesia*, Di akses <https://mohammadgie.wordpress.com/2011/12/30/dampak-reformasi-di-indonesia/>. pada tanggal, 7 Agustus 2019

R.B. Suharta, (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha*. Diakses <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/tmp/MAKALAH%20FAKTOR%20KEBERHASILAN%20USAHA.pdf>. pada tanggal, 7 Agustus 2019s

Republika.co.id. (27 Juni 2018). *Kepatuhan Pengusaha UMKM Membayar Pajak Rendah*. Diakses di <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/18/06/27/pazc5i383-kepatuhan-peng-usaha-umkm-membayar-pajak-rendah>, pa da tanggal 6 Agustus 2019.

Sofian Munawar Asgart. (2012). *Keterbukaan Informasi Publik dalam Perspektif Governability*, Di akses [.https://www.kompasiana.com/sasgart/550d9689813311c925b1e2c0/keterbukaan-informasi-publik-dalam-perspektif-governability](https://www.kompasiana.com/sasgart/550d9689813311c925b1e2c0/keterbukaan-informasi-publik-dalam-perspektif-governability). pada tanggal, 7 Agustus 2019

### **Undang-Undang dan Peraturan**

Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan UMKM. Diakses di <https://www.pajak.go.id/id/85-peraturan-pemerintah-pajak-penghasilan-umkm-0> Pada tanggal 12 Agustus 2019

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik

## Lampiran 4 SK Penetapan Penelitian



**SURAT KEPUTUSAN REKTOR  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
Nomor: 0598/R/2020**

**Tentang  
PENETAPAN PENELITI PENELITIAN CLUSTER DASAR INTERDISIPLINER  
PADA LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU TAHUN ANGGARAN 2020**

**REKTOR UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

- Menimbang :**
- bahwa dalam rangka untuk kelancaran Kegiatan Penelitian Cluster Dasar Interdisipliner pada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UIN Sultan Syarif Kasim Riau Tahun 2020, maka dipandang perlu menetapkan Peneliti Penelitian Cluster Dasar Interdisipliner;
  - bahwa mereka yang namanya tercantum dalam Lampiran Surat Keputusan ini dianggap mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut;
  - bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b perlu menetapkan Surat Keputusan Rektor tentang Penetapan Peneliti Penelitian Cluster Dasar Interdisipliner pada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UIN Sultan Syarif Kasim Riau Tahun 2020.

- Mengingat :**
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
  - Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
  - Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara;
  - Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
  - Peraturan Presiden RI Nomor 2 Tahun 2005 tentang Perubahan IAIN Susqa menjadi UIN Sultan Syarif Kasim Riau;
  - Peraturan Menteri Agama RI Nomor 45 Tahun 2017 Perubahan Kedua Peraturan Menteri Agama Nomor 9 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Sultan Syarif Kasim Riau;
  - Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 49/PMK.02/2017 tentang Standar Biaya masukan Tahun Anggaran 2018.
  - Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor 77/KMK.05/2009 tentang Penetapan UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada Departemen Agama sebagai Instansi Pemerintah yang melaksanakan Pola Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum (BLU);
  - Keputusan Menteri Agama RI Nomor 23 Tahun 2014 tentang Statuta UIN Sultan Syarif Kasim Riau;
  - Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/18589/ tanggal 25 Juni 2018 tentang Pengangkatan Rektor UIN Sultan Syarif Kasim Riau Periode 2018-2022;
  - Surat Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi RI Nomor B/2718.1/M.PAN.RB/9/2012 tentang Penataan Organisasi dan Tata Kerja Perguruan Tinggi Agama Negeri di Lingkungan Kementerian Agama;
  - Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Badan Layanan Umum Tahun Anggaran 2020 Nomor SP DIPA-025.04.2.424157/2020, Tanggal 12 November 2019.

**MEMUTUSKAN :**

- Menetapkan :** SURAT KEPUTUSAN REKTOR TENTANG PENETAPAN PENELITI PENELITIAN CLUSTER DASAR INTERDISIPLINER PADA LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU TAHUN 2020.

- Pertama :** Menetapkan nama-nama yang tercantum di dalam lampiran Surat Keputusan ini sebagai Peneliti Penelitian Cluster Dasar Interdisipliner pada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UIN Sultan Syarif Kasim Riau Tahun 2020 sebagaimana tercantum dalam lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Surat Keputusan ini.

- Kedua** : Peneliti bertugas:
1. Melaksanakan Penelitian.
  2. Mengikuti Seminar Awal dan Akhir yang ditetapkan oleh LPPM.
  3. Mengumpulkan laporan hasil Penelitian.
  4. Mengumpulkan laporan keuangan Penelitian.
  5. Mengikuti peraturan yang ditetapkan oleh LPPM.
  6. Melaporkan hasilnya kepada Rektor.
- Ketiga** : Biaya pelaksanaan dibebankan kepada Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Badan Layanan Umum (DIPA BLU) Tahun Anggaran 2020 Nomor SP DIPA-025.04.2.424157/2020, Tanggal 12 November 2019, dengan rincian :
1. Penelitian Cluster Dasar Interdisipliner : Rp. 28.000.000,-
- Keempat** : Surat Keputusan ini berlaku mulai Januari s.d Nopember 2020.
- Kelima** : Segala sesuatu akan diubah dan dibetulkan kembali sebagaimana mestinya, apabila terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

**KUTIPAN** Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan.

Ditetapkan di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 28 Januari 2020  
Rektor,

  
Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag., M.Ag  
NIP. 19710606 199703 1 002

Tembusan Keputusan ini disampaikan kepada :

1. Sekretaris Jenderal Kementerian Agama RI Jakarta;
2. Direktur Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI Jakarta;
3. Inspektur Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI Jakarta;
4. Direktur Pendidikan Tinggi Agama Islam Kementerian Agama RI Jakarta;
5. Wakil Rektor di Lingkungan UIN Sultan Syarif Kasim Riau;
6. Dekan Fakultas di Lingkungan UIN Sultan Syarif Kasim Riau;
7. Kepala Biro di lingkungan UIN Sultan Syarif Kasim Riau;
8. Kepala Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Pekanbaru;
9. Kepala Bagian Keuangan dan Akuntansi UIN Sultan Syarif Kasim Riau;
10. Bendahara Pengeluaran DIPA BLU UIN Sultan Syarif Kasim Riau.



Lampiran : SURAT KEPUTUSAN REKTOR UIN  
SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
Nomor : /R/2020  
Tanggal : Januari 2020

**PENETAPAN PENELITI PENELITIAN CLUSTER DASAR INTERDISIPLINER  
PADA LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU TAHUN ANGGARAN 2020**

No	Nama Peneliti Utama	Anggota Peneliti	Judul Penelitian
1	Ahmad Faizal, ST, MT	Dian Mursyitah, ST, MT	Pengendalian Suspensi Kendaraan Menggunakan Pengendali Sliding Mode Control dan Proporsional Integral Derivatif
2	Aras Alra, SE, MM	Wenny Desty Febrian, SE, MM	Analisis Kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar: Tinjauan Dari Perspektif Etika Kerja dan Kompensasi
3	Dr. Atjih Sukaesih, M.Si	Yudi Martha Nugraha	Komunikasi Politik Aktivistis Partai Politik Islam di Indonesia (studi Fenomenologi Aktivistis Pks dan Ppp dalam Memaknai Terorisme dan Jihad dalam Islam)
4	Darto, S.Pd.I, M.Pd	Drs. H. Mudasir, M.Pd	Pengembangan Model Pembelajaran Matematika Problem Solving Berbasis Budaya Melayu
5	Dr. Dony Martias, SE, MM	Muklis, SE, MM	Analisis Perilaku Konsumen Pengobatan Syar'i Thibbun Nabawi: Studi pada Kota Pekanbaru dan Kota Batam
6	Dr. H. Suhayih, M.Ag	Drs. Zainal Arifin, MA	Strategi Pencegahan Perceraian Perspektif Tharekat Naqshabandiyah Syirkah 'ubudiyah
7	Dr. Hj. Nurhasnawati, M.Pd	Zelly Putriani, S.Pd., M.Pd Dr. Zarkasih, M.Ag	Pengembangan Qr Code dalam Buku Kerja Mahasiswa pada Matakuliah Pengembangan Media dan Sumber Belajar Untuk Meningkatkan Literasi digital
8	Dr. Nurfaizal, M.Ag	Fakhrurrozi, SE, MM	Menyoal Bukti-bukti Historis Awal Masuknya Islam ke Nusantara di Barus (Kajian Tafsir Terapan Surat Al-Insan (76): 5)
9	Dr. Rina Rehayati, M.Ag	Dr. Martius, M.Hum Dr. Muhammad Ridwan Hasbi, Lc, MA	Eksplorasi Makna Ritual Peralihan (the Rites of Passage) pada Budaya Melayu Nusantara. Bentuk Moderasi Islam pada Budaya Melayubentuk Moderasi Islam pada Budaya Melayu
10	Drs. Almasri, M.Si	Muslim, S.Sos, M.Si Mubamad Rachmadi, SE, MM	Penguatan Entitas Desa Sebagai Pusat Pertumbuhan (growth Pole) di Kawasan Pulau Rupa Kabupaten Bengkalis
11	Dr. Elfiandri, S.Ag, M.Si	Febri Rahmi, SE, M.Sc.Ak	Pengaruh Ketersediaan Informasi Publik, Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak, sustainability Usaha dan Pengembangan Jejaring Komunikasi Bisnis Umkm di Pekanbaru
12	Ewi Ismaredah, S.Kom, M.Kom	Hasdi Radites, ST, MT	Pemodelan Bandwidth Internet pada Smart Campus Berdasarkan Metoda Hybrid: Engineering - Statistik
13	Pitri Aryani, S.Si, M.Sc	Sri Basriati, M.Sc Corry Corazon Marzuki, S.Si, M.Si	Trace Matriks Ketetanggaan N X N Berpangkat Bilangan Bulat
14	Fitri Hidayati, SE, MM	Arif Marsal, Lc, MA	Pengaruh Penerapan Remunerasi Terhadap Kinerja dosen Tetap Uin Sultan Syarif Kasim Riau

15	Ikhwani Ratna, SE., M.Si	Hidayati Nasrah, SE., M.Acc.Ak	Analisis Perbandingan Tingkat Kesetiaan Pelanggan pada Toko Online dan Toko Konvensional Jenis Produk Pakaian
16	Irdayanti, S.IP., MA	Anna Nurlita, SE., M. Si Salmiyati, M.Psi	Ketahanan informasi Wilayah Perbatasan indonesia-malaysia di Provinsi Riau
17	Khairiah, M.Ag	Jani Arni, S.Th.I, M.Ag	Sarung dalam Lintasan Sejarah Budaya dan Agama
18	Mohammad Abdi Almaktur, MA	Syukran, S.H.I, M.Sy Mardiana, MA Afrizal Ahmad, S.Ag, M.Sy	Pengumpulan dan Pendistribusian Zakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Pekanbaru dan Bukit Tinggi
19	Muhammad Nurwahid, M.Ag	Drs. Yusran Sabili, M.Ag Ahmad Mas'ari, SHI, MA.Hk	Dikotomisasi Status Urin Bayi Laki-laki dan Perempuan dalam Tinjauan Hukum Islam dan Gender
20	Nurdiana, S.pd.I., M.Pd	Rizki Fiprinita, S.Pd., M.Pd	potensi integrasi Islam dalam Budaya Masyarakat Etnik Thiong Hoa Muallaf pada Kegiatan Majelis Ta'lim di Mesjid Cheng Ho Jakabaring Sumatera Selatan
21	Dr. Rado Yendra, S.Si., M.Sc	Ari Pani Desvina, M.Sc	Analisis Keunggulan Data Tahun Hijriah Berbanding Tahun Masehi Melalui Pemodelan Iklim Kecepatan Angin
22	Rika Susanti, ST., MT	Nanda Putri Miefhawati, B.Sc. M.Sc	Hybrid System ofdm Pon pada intersatellite Optical Wireless Communication
23	Dr. Wilaela, M.Ag	Abd. Ghofur, M.Ag Usman	Pekanbaru Separoh Pertama Abad Ke-20: Rekonstruksi Sejarah interdisipliner Berdasarkan Biografi Tokoh
24	Yantos, S.IP., M.Si	Putriana, SE, MM	Kearifan Sistem Kultural dan Religius Lokal Masyarakat Melayu Muslim dalam Membangun integrasi Umat Beragama di Desa Loloan Timur Jembrana Bali
25	Yessi Nesner, SE., MM	Ulfiah Novita, SE., M.Si	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Financial Management Behavior Generasi Millennial (studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam Kota Pekanbaru)

Rektor,

  
Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag., M.Ag  
NIP. 19710606 199703 1 002

**Lampiran 5 Foto Kegiatan Mengumpulkan Data**





**Lampiran 6 Foto Seminar Hasil Penelitian**

