

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Pajak

2.1.1. Definisi Pajak

Menurut Undang-Undang Nomor 28 tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak adalah:

“Kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Mardiasmo (2016) juga mendefinisikan pajak adalah iuran dari rakyat yang diberikan kepada kas negara sesuai dengan undang-undang yang berlaku dan dapat dipaksakan dengan tidak memperoleh jasa timbal balik dan pajak digunakan oleh pemerintah untuk membiayai pengeluaran umum negara. Menurut Tampubolon (2017) pajak mencakup tiga aspek, yaitu aspek ekonomis, aspek hukum, serta aspek politik. Dari segi aspek ekonomis, pajak didefinisikan sebagai hak suatu negara untuk menarik kekayaan dari wajib pajak yang dibayarkan kepada kas negara yang kemudian akan didistribusikan kepada seluruh rakyat sesuai dengan APBN tanpa imbalan langsung yang dapat dinikmati. Imbalan tersebut dapat dinikmati oleh seluruh rakyat baik bagi pembayar pajak maupun yang tidak membayar pajak. Dari aspek hukum, pajak didefinisikan sebagai perikatan antara negara dengan rakyat yang mengharuskan rakyat untuk membayar pajak kepada kas negara saat seseorang telah memenuhi persyaratan

subjektif dan objektif, kondisi atau kejadian bersifat ekonomis sehingga negara dapat menarik pajak sesuai dengan peraturan perundang undangan. Sedangkan dari aspek politik, pajak dapat didefinisikan salah satu alat keuangan negara sebagai pengatur perilaku masyarakat yang sesuai dengan harapan negara.

2.1.2. Fungsi Pajak

Resmi (2014) menguraikan fungsi utama pajak menjadi dua, yaitu fungsi *budgetair* dan fungsi *regulered* yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Fungsi Sumber Keuangan Negara (*Budgetair*)

Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengumpulkan dana yang diperlukan pemerintah untuk membiayai pengeluaran belanja negara yang berguna untuk kepentingan masyarakat.

2. Fungsi Mengatur (*Regulered*)

Pajak berfungsi sebagai alat untuk memberikan kepastian hukum terutama dalam menyusun undang-undang dan perlu diusahakan agar ketentuan yang dirumuskan jangan sampai dapat menimbulkan interpretasi yang berbeda antara fiskus dan wajib pajak.

2.2. Jenis Pajak

2.2.1. Pajak Negara/Pusat

Berdasarkan lembaga yang memungutnya pajak terbagi menjadi dua jenis, yakni pajak pusat dan pajak daerah. Pajak pusat dapat diartikan sebagai pajak yang di pungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk

membiayai rumah tangga negara pada umumnya (Resmi, 2014). Pajak pusat merupakan salah satu sumber pendapatan negara, pajak negara yang saat ini masih berlaku adalah Pajak Penghasilan (PPH), Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPN dan PPnBM), Bea Materai, Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan (BPHTB) (Mardiasmo, 2016). Pendapatan Negara Indonesia sangat bergantung dari sektor pajak. Hal tersebut berdasarkan laporan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) tahun 2016-2018 yang dikeluarkan Kementerian Keuangan Republik Indonesia sebagai berikut (www.kemenkeu.go.id):

Tabel 2.1
Pendapatan Negara Indonesia tahun 2016–2018
(dalam triliun rupiah)

	2016	2017	2018
Penerimaan Perpajakan	1.546,7 T	1.498,8 T	1.618,1 T
Penerimaan Bukan Pajak	273,8 T	250,0 T	275,4 T
Hibah	2,0 T	1,4 T	1,2 T
Total Penerimaan	1.822,5 T	1.750,3 T	1.894,7 T

Sumber: Kementerian Keuangan Republik Indonesia

Berdasarkan data tersebut dapat dikatakan bahwa sektor pajak menjadi penyumbang terbesar pendapatan Negara Indonesia khususnya dalam kurun waktu tahun 2016, 2017, 2018, dimana jika diproyeksikan sektor pajak rata-rata menyumbang sekitar 84% setiap tahunnya.

2.2.2. Pajak Daerah

Menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2009, Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak daerah adalah:

“Kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Lebih lanjut, dalam Undang-Undang tersebut juga membagi pajak daerah menjadi 2 yaitu pajak provinsi dan pajak kabupaten/kota yang diuraikan sebagai berikut:

1. Pajak Provinsi, terdiri dari:
 - a. Pajak kendaraan bermotor.
 - b. Bea balik nama kendaraan bermotor.
 - c. Pajak bahan bakar kendaraan bermotor.
 - d. Pajak air permukaan.
 - e. Pajak rokok.

2. Pajak kabupaten/kota, terdiri dari:

- a. Pajak hotel.
- b. Pajak restoran.
- c. Pajak hiburan.
- d. Pajak reklame.
- e. Pajak penerangan jalan.
- f. Pajak mineral bukan logam dan batuan.
- g. Pajak parkir.
- h. Pajak air tanah.
- i. Pajak sarang burung walet.
- j. Pajak bumi dan bangunan pedesaan dan perkotaan.
- k. Bea perolehan hak atas tanah dan bangunan.

Bukan hanya pendapatan negara saja yang sangat bergantung dari sektor penerimaan pajak, tetapi pendapatan daerah juga sangat bergantung dari sektor penerimaan pajak. Daerah Istimewa Yogyakarta adalah salah satu daerah yang sumber pendapatan asli daerahnya (PAD) sangat bergantung pada pendapatan di sektor pajak. Hal tersebut sesuai dengan laporan realisasi Anggaran Pendapatan Dan Belanja Daerah (APBD) Yogyakarta tahun 2016-2018 yang dikeluarkan oleh Badan Pengelola Keuangan dan Aset (BPKA) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta berikut ini:

Tabel 2.2

Pendapatan Asli Daerah dan Pajak Daerah DIY tahun 2016 – 2018

(dalam triliun rupiah)

	2016	2017	2018
Pendapatan Asli Daerah (PAD)	1,643 T	1,851 T	2,041 T
Pajak Daerah	1,424 T	1,583 T	1,717 T
Prosentase Kontribusi Pajak Daerah Terhadap PAD	86,7%	85,5%	84,1%

Sumber: Badan Pengelola Keuangan dan Aset (BPKA) DIY

Berdasarkan data diatas dapat dikatakan bahwa Pajak Daerah menjadi penyumbang terbesar Pendapatan Asli Daerah (PAD) Daerah Istimewa Yogyakarta dalam kurun waktu tahun 2016, 2017, 2018, dimana jika diproyeksikan Pajak Daerah selalu menyumbang diatas 84% setiap tahunnya.

2.3. Pajak Kendaraan Bermotor

2.3.1. Definisi Pajak Kendaraan Bermotor

Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) merupakan salah satu jenis pajak daerah (pajak provinsi) yang dana pajaknya dapat digunakan sebagai sumber pembiayaan pembangunan daerah khususnya daerah provinsi, selain itu pajak kendaraan bermotor merupakan pajak yang dikenakan atas kepemilikan dan kekuasaan kendaraan bermotor. Menurut Pasal 1 Undang-Undang No. 28 Tahun 2009, pajak kendaraan bermotor adalah:

“Pajak atas kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor. Kendaraan Bermotor adalah semua kendaraan beroda beserta gandengannya yang digunakan di semua jenis jalan darat, dan digerakkan oleh peralatan teknik berupa motor atau peralatan lainnya yang berfungsi untuk mengubah suatu sumber daya energi tertentu menjadi tenaga gerak kendaraan bermotor yang bersangkutan, termasuk alat-alat berat dan alat-alat besar yang dalam operasinya menggunakan roda dan motor dan tidak melekat secara permanen serta kendaraan bermotor yang dioperasikan di air”.

2.3.2. Objek Pajak Kendaraan Bermotor

Objek Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) adalah kepemilikan dan atau penguasaan Kendaraan Bermotor (KBM).

2.3.3. Subjek Pajak Kendaraan Bermotor

Subjek Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) adalah orang pribadi atau badan yang memiliki atau menguasai Kendaraan Bermotor (KBM).

2.3.4. Tarif Pajak Kendaraan Bermotor

Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2011 Pasal 9 dan 10 Tentang Pajak Daerah, tarif pajak kendaraan bermotor ditetapkan dalam pasal 9 sebesar:

1. 1,5% (satu koma lima persen) kepemilikan pertama untuk Kendaraan Bermotor pribadi.
2. 1,0% (satu koma nol persen) untuk Kendaraan Bermotor angkutan umum.
3. 0,5% (nol koma lima persen) untuk kendaraan ambulans, pemadam kebakaran, sosial keagamaan, lembaga sosial dan keagamaan,

Pemerintah, TNI, POLRI, Pemerintah Daerah dan Pemerintah Kabupaten/Kota.

4. 0,2% (nol koma dua persen) untuk Kendaraan Bermotor alat-alat berat dan alat-alat besar.

Selanjutnya, tarif pajak yang diatur dalam pasal 10 adalah:

1. Kepemilikan kendaraan bermotor roda 4 (empat) pribadi yang kedua dan seterusnya dikenakan tarif secara progresif, yaitu:
 - a. Kepemilikan kedua 2% (dua persen).
 - b. Kepemilikan ketiga 2,5% (dua koma lima persen).
 - c. Kepemilikan keempat 3% (tiga persen).
 - d. Kepemilikan kelima dan seterusnya sebesar 3,5% (tiga koma lima persen).
2. Kepemilikan kendaraan bermotor didasarkan atas nama dan alamat yang sama.
3. Ketentuan lebih lanjut tentang pelaksanaan pengenaan pajak progresif diatur dengan peraturan gubernur.

2.3.5. Penetapan Besarnya Pajak Kendaraan Bermotor

Penetapan besarnya Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) adalah:

1. Kendaraan Bermotor Bukan Umum

$$\text{Tarif} \times \text{Dasar Pengenaan PKB} \times 100\%$$

2. Kendaraan Bermotor untuk Umum/Plat Kuning

Besarnya PKB untuk KBM umum/plat kuning diberikan keringanan sebesar 40%, jadi besarnya PKB adalah:

$$\text{Tarif} \times \text{Dasar Pengenaan PKB} \times 60\%$$

Dasar pengenaan PKB dihitung sebagai perkalian dua unsur pokok yaitu Nilai Jual Kendaraan Bermotor dan Bobot yang mencerminkan secara relatif kadar kerusakan jalan dan pencemaran lingkungan akibat penggunaan kendaraan bermotor. Nilai jual kendaraan bermotor diperoleh berdasarkan harga pasaran umum atas suatu kendaraan bermotor. Dalam hal harga pasaran umum atas suatu kendaraan bermotor tidak diketahui, Nilai Jual Kendaraan Bermotor ditentukan berdasarkan faktor-faktor seperti isi silinder dan/atau satuan daya, penggunaan kendaraan bermotor, jenis kendaraan bermotor, merek kendaraan bermotor, tahun pembuatan kendaraan bermotor, berat total kendaraan bermotor, banyaknya penumpang yang diizinkan, dan dokumen impor untuk jenis kendaraan bermotor tertentu.

2.3.6. Masa Pajak Kendaraan Bermotor

Masa Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) adalah 12 (dua belas) bulan berturut-turut yang merupakan tahun pajak, dimulai pada saat pendaftaran Kendaraan Bermotor (KBM).

2.3.7. Saat Pajak Kendaraan Bermotor Terhutang

Saat Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) terhutang adalah sejak tidak dibayarkannya Pajak Kendaraan Bermotor (PKB).

2.3.8. Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD)

Setiap wajib pajak diwajibkan mengisi SPTPD. SPTPD disampaikan ke Badan Pengelola Keuangan Daerah Provinsi DIY melalui Kantor Pelayanan Pajak Daerah (SAMSAT) sesuai domisili, paling lama:

1. KBM baru dihitung 30 hari kalender sejak saat kepemilikan dan atau penguasaan
2. KBM bukan baru sampai dengan tanggal berakhirnya masa pajak.
3. KBM pindah dalam daerah dihitung sampai dengan tanggal berakhirnya masa pajak.
4. KBM pindah dari luar daerah dihitung 30 hari kalender sejak tanggal fiskal antar daerah.

Selanjutnya, Pajak kendaraan bermotor (PKB) merupakan salah satu penyumbang pendapatan terbesar terhadap pajak daerah. Hal tersebut sesuai dengan data jumlah kendaraan bermotor yang telah melaksanakan pembayaran PKB dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB) tahun 2016, 2017, 2018 yang di dapat dari BPKA berikut ini:

Tabel 2.3

**Jumlah Kendaraan Bermotor Yang Melaksanakan Pembayaran PKB Dan
Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB) Serta Pajak Kendaraan
Bermotor Tahun 2016 - 2018 (dalam unit dan miliar rupiah)**

	2016	2017	2018
Jumlah Kendaraan Bermotor	1.602.806 unit	1.669.457 unit	1.776.938 unit
Pajak Kendaraan Bermotor	600,788 M	676,181 M	750,872 M
Prosentase Peningkatan Jumlah Kendaraan Bermotor per Tahun	-	4,16%	6,44%

Sumber: Badan Pengelola Keuangan dan Aset (BPKA) DIY

Berdasarkan tabel tersebut bisa dilihat bahwa semakin banyak jumlah kendaraan bermotor yang berada di suatu daerah maka pajak yang di peroleh dari kendaraan bermotor juga semakin besar. Hal tersebut dikarenakan yang menjadi objek pajak kendaraan bermotor di hitung berdasarkan kepemilikan kendaraan bermotor dan jumlah kendaraan bermotor. Artinya semakin banyak jumlah kendaraan bermotor yang terdapat pada suatu daerah maka seharusnya pendapatan yang diterima oleh daerah juga akan semakin besar. Jika pajak yang didapat dari kendaraan bermotor pada tahun 2016, 2017, dan 2018 diproyeksikan terhadap pendapatan asli daerah (PAD) pada tabel 2.2 maka pajak kendaraan bermotor (PKB) secara berturut-turut menyumbang sebesar 35,9%, 36,51%, dan 36,79% terhadap total PAD DIY. Dengan adanya peningkatan pendapatan dari

peningkatan jumlah kendaraan bermotor ini, maka Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta harus memaksimalkan perolehan pendapatan dari sektor pajak kendaraan bermotor. Oleh karena itu untuk terus memaksimalkan potensi penerimaan dan pendapatan dari pajak kendaraan bermotor (PKB) maka perlu adanya upaya untuk meningkatkan penerimaan dan pendapatan tersebut, dimana salah satu caranya adalah dengan memudahkan masyarakat untuk membayar pajak atas kendaraan bermotor yang mereka miliki dengan melakukan inovasi dalam sistem dan teknologi pembayaran yang sesuai dengan kondisi dan tren masyarakat terkini.

2.4. *e-SAMSAT*

Untuk menjawab tantangan memaksimalkan potensi dari pajak kendaraan bermotor (PKB), Pemerintah Provinsi DIY melakukan sebuah inovasi sistem untuk mempermudah wajib pajak kendaraan bermotor dalam membayar pajak kendaraan bermotor (PKB) melalui sistem *e-SAMSAT*. Dasar hukum pelaksanaan *e-SAMSAT* terdapat pada Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2015, dimana dalam Pasal 22 disebutkan bahwa *e-SAMSAT* merupakan salah satu unit pembantu Kantor Bersama SAMSAT yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pembayaran pajak kendaraan bermotor, dimana prosedur serta sarana dan kewenangan disusun sesuai dengan kebutuhan masing-masing wilayah dengan tetap mengacu pada Peraturan Presiden.

e-SAMSAT adalah layanan SAMSAT yang terdiri dari pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) tahunan serta SWDKLLJ (Jasa Raharja) yang

diselenggarakan oleh SAMSAT Yogyakarta melalui jaringan elektronik Bank Pembangunan Daerah (BPD) Daerah Istimewa Yogyakarta. *e-SAMSAT* yang diterapkan di DIY merupakan kerja sama antara Tim Pembina Samsat Daerah Istimewa Yogyakarta Dengan PT. Bank Pembangunan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta yang tertuang dalam perjanjian nota kesepahaman atau *memorandum of understanding* (MoU). Tujuan utama diselenggarakannya *e-SAMSAT* di DIY adalah untuk menekan tunggakan pajak yang disebabkan karena keterbatasan tenaga dan waktu pelayanan dengan cara manual, sehingga jika tunggakan pajak berkurang, maka jumlah pokok penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) juga akan meningkat. Tujuan lainnya adalah untuk menghilangkan batas wilayah antara 4 kabupaten dan 1 kota di DIY. Dengan hadirnya sistem *e-SAMSAT* di DIY, wajib pajak kendaraan bermotor tidak perlu lagi antre dan membawa dokumen pelengkap serta khawatir jika terlambat untuk membayar pajak karena *e-SAMSAT* DIY membuat semua wajib pajak kendaraan bermotor yang sudah memenuhi syarat tersebut bisa melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui ATM BPD DIY di semua kabupaten dan kota manapun di Yogyakarta selama 24 jam dalam 7 hari.

2.4.1. Syarat Menggunakan e-SAMSAT

Syarat utama menggunakan *e-SAMSAT* adalah:

1. Data Wajib Pajak pemilik kendaraan bermotor sama dengan data yang ada dalam sever SAMSAT dan data nasabah di bank. (NIK KTP = NIK di SAMSAT).

2. Kendaraan yang hendak dibayarkan tidak dalam status diblokir oleh polisi/blokir data kepemilikan untuk jual-beli.
3. Identitas Wajib Pajak pemilik nomor rekening dan fasilitas ATM BANK harus sama dengan identitas pemilik kendaraan.
4. Hanya berlaku untuk pembayaran pajak kendaraan tahunan.
5. Kendaraan yang hendak dibayar pajaknya tidak memiliki tunggakan satu tahun atau lebih.
6. Masa pajak yang dapat dibayarkan adalah 60 hari sebelum masa jatuh tempo.

2.5. *e-POSTI*

2.5.1. Pengertian *e-POSTI*

Inovasi selanjutnya yang dikembangkan oleh Pemda DIY setelah sistem *e-SAMSAT* adalah *e-POSTI*. *e-POSTI* DIY adalah alat yang melayani pencetakan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) dan pengesahan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) Bermotor secara elektronik setelah membayar pajak kendaraan bermotor yang dilakukan melalui layanan ATM BPD DIY. *POSTI* sendiri merupakan singkatan Bahasa Jawa dari *Perkakas Paos Titian* atau dalam Bahasa Indonesia diartikan sebagai alat pajak kendaraan.

2.5.2. Tata Cara Menggunakan *e-POSTI*

1. Cara Pembayaran adalah sebagai berikut:

- a. Pastikan terlebih dahulu Pajak kendaraan yang anda bayarkan, Nama Pemilik dengan Nama Nasabah Bank BPD DIY sama, dan nomor NIK Identitas KTP sudah didaftarkan di Samsat Setempat;
- b. Masukkan Kartu Atm;
- c. Pilih Menu Pembayaran;
- d. Pilih Menu Layanan Publik;
- e. Pilih Menu Pembayaran Pajak;
- f. Pilih Menu Samsat;
- g. Masukkan n 2 digit kode dati 2 (Kode Kabupaten / Kota) dan masukkan 8 digit tanggal jatuh tempo STNK dan Pilih Bayar dan akan keluar data tagihan jumlah pajak STNK.

2. Kemudian beralih ke kios *e-POSTI* Samsat Jogja

- a. Masukkan nomor referensi yang ada di data Tagihan Jumlah Pajak;
- b. Tekan tombol SKPD untuk mencetak notis pajak;
- c. Siapkan STNK;

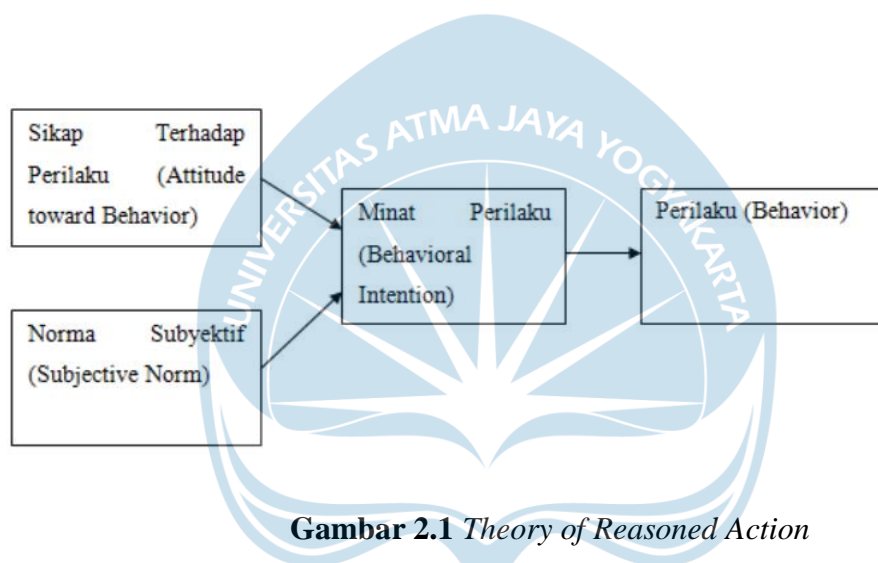
- d. Cek posisi rapikan luruskan sesuai arah kertas dan masukkan;
- e. Pilih tombol validasi STNK untuk melakukan pengesahan.

Dengan adanya inovasi *e-POSTI* ini, wajib pajak kendaraan bermotor tidak perlu lagi bertemu secara langsung dan mengantre untuk mengesahkan STNK dengan petugas pelayanan pajak, sehingga dapat membantu memangkas waktu yang dikorbankan untuk membayar pajak dan mencegah keterlambatan membayar pajak kendaraan bermotor. *e-POSTI* merupakan alat pengesahan surat kendaraan bermotor yang masih terbilang baru ada di DIY dan baru diperkenalkan pada akhir tahun 2016, sehingga perlu dilakukan penilaian apakah *e-POSTI* ini sudah atau belum bisa diterima oleh masyarakat Kota Yogyakarta.

2.6. Theory of Reasoned Action (TRA)

Theory of Reasoned Action (TRA) pertama kali diperkenalkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1975. *Theory of Reasoned Action* (TRA) adalah teori yang menjelaskan bahwa niat dari seseorang untuk melakukan (atau tidak melakukan) suatu perilaku merupakan penentu langsung dari tindakan atau perilaku. Asumsi dari teori ini adalah manusia berperilaku dengan cara yang sadar, bahwa mereka mempertimbangkan implikasi-implikasi dari tindakan-tindakan yang dilakukan. Menurut Fisbein dan Ajzein (1975), niat (*intention*) merupakan fungsi dari dua konstruk dasar yaitu yang berhubungan dengan faktor pribadi dan pengaruh sosial. Penentu pertama yang berhubungan dengan faktor pribadi adalah sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*) individual. Penentu kedua yang berhubungan dengan pengaruh sosial adalah norma subyektif

(*subjective norm*). *Theory of Reasoned Action* (TRA) mengusulkan bahwa niat perilaku (*behavioral intention*) adalah suatu fungsi dari sikap (*attitude*) dan norma-norma subyektif (*subjective norms*) terhadap perilaku. Niat seseorang untuk melakukan perilaku (*behavioral intention*) diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya (*attitude towards the behavior*) dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut (Hartono 2008).



Gambar 2.1 *Theory of Reasoned Action*

Sumber: Hartono (2008)

Lebih lanjut, dari model *Theory of Reasoned Action* tersebut, Hartono (2008) menyimpulkan bahwa secara keseluruhan, perilaku seseorang dapat dijelaskan dengan mempertimbangkan kepercayaan-kepercayaannya. Karena kepercayaan seseorang mewakili informasi yang mereka peroleh tentang dirinya sendiri dan tentang dunia di sekeliling mereka. Ini berarti bahwa perilaku terutama ditentukan oleh informasi tersebut. Davis (1989) menyatakan bahwa TRA merupakan landasan untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai perilaku pemakai dalam penerimaan dan penggunaan teknologi informasi.

Penerimaan sebuah aplikasi teknologi informasi bergantung dari bagaimana perilaku individu yang memakai teknologi informasi tersebut.

2.7. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang bisa digunakan untuk menilai bagaimana penerimaan sebuah teknologi terutama teknologi baru (dalam hal ini *e-POSTI*) oleh pengguna (wajib pajak kendaraan bermotor di Kota Yogyakarta). *Technology Acceptance Model (TAM)* pertama kali diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1986. *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah sebuah model penerimaan yang dikembangkan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang secara khusus memodelkan penerimaan dari pemakai (*user acceptance*) terhadap sistem informasi dengan memasukan faktor psikologis atau perilaku di dalam modelnya (Hartono, 2008). TAM merupakan model yang bersifat parsimoni (*parsimonious*) yaitu model yang sederhana tetapi valid. Tujuan utama dari TAM adalah untuk menganalisis dan memprediksi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan sebuah teknologi oleh pengguna (*user*). TAM yang dikembangkan oleh Davis menganggap bahwa 2 keyakinan individual, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*, disingkat PU) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*, disingkat PEOU) adalah pengaruh utama untuk perilaku penerimaan teknologi informasi (Davis et al, 1989). Dalam memformulasikan TAM, Davis menggunakan TRA sebagai teori utamanya namun tidak mengadopsi semua komponen teori TRA tetapi hanya mengadopsi komponen kepercayaan-kepercayaan (*beliefs*) dan sikap (*attitude*) saja, sedangkan kepercayaan-kepercayaan normatif (*normative belief*) dan norma-

norma subyektif (*subjective norms*) tidak digunakannya. Sehingga konstruk-konstruk dari TAM yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989 terdiri dari lima konstruk utama yaitu: persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), sikap penggunaan teknologi (*attitude towards using technology*), minat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*), dan penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*).

2.7.1. Kelebihan *Technology Acceptance Model* (TAM)

TAM telah banyak digunakan dalam penelitian penerimaan sistem informasi, menurut Hartono (2008) disebabkan karena TAM memiliki beberapa kelebihan berikut ini.

1. TAM merupakan model perilaku (*behavior*) yang dapat menjawab penyebab kegagalan/keberhasilan penerapan sebuah sistem informasi, dengan memasukan faktor psikologis atau perilaku (*behavior*) yaitu dengan memasukan persepsi dan sikap yang mempengaruhi niat penggunaan sistem informasi di dalam modelnya
2. TAM dibangun dengan dasar teori psikologi yang cukup kuat, yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA).
3. TAM telah banyak diuji dengan penelitian dan sebagian besar hasilnya mendukung bahwa TAM merupakan model yang baik. Bahkan TAM telah banyak diuji dibandingkan dengan model penerimaan yang lain dan hasilnya juga konsisten bahwa model TAM cukup baik.

4. Kelebihan TAM yang terpenting adalah model ini merupakan model yang parsimoni (*parsimonious*) yaitu model yang sederhana tapi valid. Artinya, harus ada trade off antara model yang sederhana tapi banyak asumsi sehingga hanya beberapa faktor saja yang dimasukkan. Tapi jika menginginkan model yang lengkap maka banyak sekali faktor yang harus dimasukkan dalam model sehingga mengurangi asumsi yang digunakan.

2.7.2. Kelemahan *Technology Acceptance Model* (TAM)

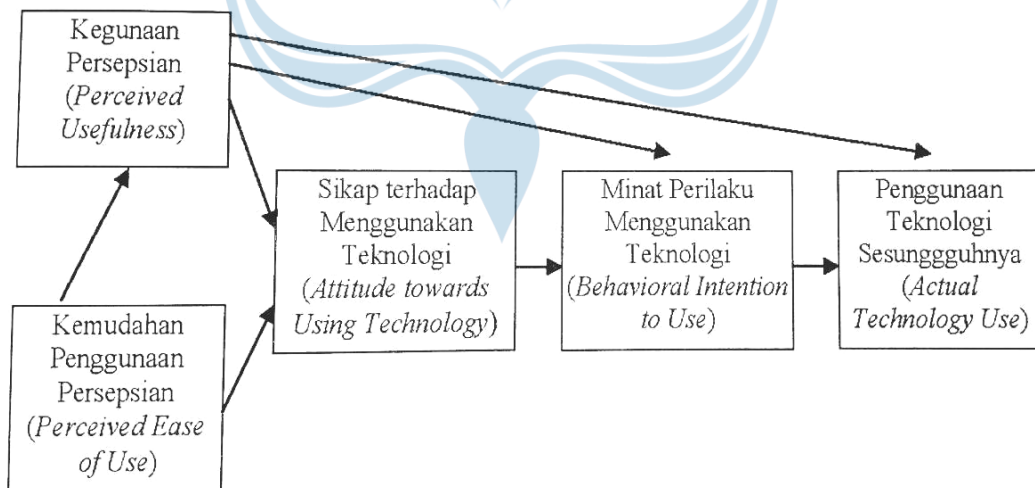
Di samping beberapa kelebihanannya, TAM memiliki beberapa kelemahan berikut ini:

1. TAM hanya memberikan informasi yang sangat umum saja tentang minat dan perilaku Pengguna dalam penggunaan sistem informasi.
2. TAM hanya menjelaskan kepercayaan-kepercayaan (*beliefs*) mengapa pemakai mempunyai niat perilaku untuk menggunakan sistem yaitu percaya bahwa sistem yang digunakan berguna dan mudah digunakan. Tetapi, TAM belum memberikan informasi dan menjelaskan mengapa pemakai sistem mempunyai kepercayaan-kepercayaan tersebut.
3. TAM tidak memasukan aspek kontrol perilaku (*behavioral control*) dalam modelnya yang membatasi minat perilaku seseorang.
4. Perilaku (*behavior*) yang menjadi ukuran penggunaan sistem informasi seharusnya adalah Penggunaan sesungguhnya (*Actual usage*) bukan

self-reported atau *self-predicted usage* yang belum tentu mencerminkan atau mengukur Penggunaan yang sebenarnya.

5. Subjek penelitian yang digunakan umumnya adalah mahasiswa yang belum tentu mencerminkan lingkungan kerja yang sesungguhnya.
6. Penelitian-penelitian TAM kebanyakan hanya menggunakan subjek tunggal sejenis saja, misal hanya menggunakan sebuah organisasi saja.
7. Penelitian-penelitian TAM umumnya hanya menggunakan sebuah tugas semacam saja.
8. Kurang dapat menjelaskan sepenuhnya hubungan antar variabelnya (*causation*).
9. Tidak mempertimbangkan perbedaan kultur.

2.7.3. Konstruk *Technology Acceptance Model (TAM)*



Gambar 2.2 *Theory Acceptance Model*

Sumber: Hartono (2008)

2.7.3.1. *Perceived Ease of Use*

Persepsi Kemudahan Penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan konstruk tambahan yang pertama di dalam model TAM. Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan “*is the extent to which a person believes that using a technology will be free of effort*”). Sehingga persepsi kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha dalam mengerjakan sesuatu. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk mengatakan sebuah teknologi bisa diterima oleh pengguna, teknologi tersebut mampu meyakinkan pengguna bahwa teknologi informasi yang akan digunakan mudah dan bukan merupakan beban bagi pengguna sehingga teknologi informasi yang mudah digunakan akan terus dipakai oleh pengguna. Konstruk persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), sikap (*attitude*), niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) dan penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*) (Hartono,2008). Menurut Goodwin (1987) dan Silver (1988), intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Davis (1989) membentuk konstruk persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menggunakan enam item sebagai indikator pengukuran yaitu:

1. Kemudahan sistem untuk dipelajari (*easy of learn*).
2. Kemudahan sistem untuk dikontrol (*controllable*).

3. Interaksi dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
4. Fleksibilitas interaksi (*flexibility*).
5. Mudah untuk terampil menggunakan sistem (*easy to become skillful*).
6. Mudah untuk digunakan (*easy to use*).

2.7.3.2. Perceived Usefulness

Konstruk tambahan yang kedua dalam model TAM adalah Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Davis (1989) mendefinisikan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) “*as the extent to which a person believes that using a technology will enhance her or his job performance*”. Sehingga persepsi kegunaan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Thompson et. al (1991) menyimpulkan kemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi dalam melaksanakan tugas. Thompson et al (1991) juga menyebutkan bahwa individu akan menggunakan teknologi informasi jika orang tersebut mengetahui manfaat atau kegunaan (*usefulness*) positif atas penggunaannya. Davis (1989) membentuk konstruk persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) menggunakan enam item sebagai indikator pengukuran yaitu:

1. Pekerjaan lebih cepat selesai (*work more quickly*).
2. Meningkatkan kinerja (*job performance*).
3. Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*).

4. Meningkatkan efektivitas kerja (*effectiveness*).
5. Memudahkan pekerjaan (*makes job easier*).
6. Berguna (*useful*).

2.7.3.3. *Attitude Towards Using Technology*

Konstruk ketiga adalah sikap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*) atau biasa disebut sikap (*attitude*). Sikap didefinisikan oleh Davis et al (1989) “*an individual’s positive or negative feelings about performing the target behavior*” atau dapat diartikan sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sikap penggunaan (*attitude toward using technology*) juga didefinisikan oleh Mathieson (1991) “*the user’s evaluation of the desirability of his or her using the system*” atau diartikan sebagai evaluasi pemakai tentang ketertarikannya menggunakan sistem. Dalam TAM, sikap berpengaruh pada intensi serta dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan kegunaan. Sikap penerimaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari seberapa suka seorang individu terhadap ide untuk menggunakan teknologi tersebut dan perasaan saat menggunakan teknologi tersebut. Hartono (2008) juga menyatakan bahwa dalam penelitian-penelitian yang sudah pernah dilakukan, sebagian menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif pada niat (*behavioral intention*), namun sebagian yang lain juga menunjukkan bahwa sikap tidak memiliki pengaruh yang signifikan ke intensi (*behavioral intention*). Oleh sebab itu, ada penelitian TAM tidak menyertakan konstruk sikap (*attitude*) dalam modelnya.

2.7.3.4. Behavioral Intention to Use

Konstruk keempat adalah niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989). Berdasarkan model TAM pada gambar 2.2, niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) berpengaruh terhadap penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*) dan dipengaruhi oleh sikap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Tingkat penerimaan penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatian pengguna terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan menambah perangkat tambahan pendukung teknologi, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.

2.7.3.5. Actual Technology Use

Dalam TAM, penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*) sama dengan perilaku (*behavior*) pada TRA tetapi dalam konteks sistem teknologi informasi penggunaan sesungguhnya atau bisa diartikan sebagai kondisi nyata penggunaan sistem (Davis, 1989). Konstruk ini dipengaruhi langsung oleh niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Seseorang akan merasa puas menggunakan sebuah sistem jika pengguna meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktifitas mereka, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan (Tangke, 2004). Davis (1989) mengukur konstruk penggunaan

teknologi sesungguhnya (*actual technology use*) dengan pemakaian sesungguhnya (*actual usage*), dan Igarria et al (1995) mengukur dengan pengukuran persepsi pemakaian (*perceived usage*) yang diukur sebagai jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan teknologi dan frekuensi penggunaan teknologi tersebut.

2.8. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel berikut ini menjelaskan secara ringkas tentang penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya:

Tabel 2.4
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Variabel	Objek	Hasil
Sugiarto (2015).	⇒ <i>Perceived ease of use</i> (PEOU). ⇒ <i>Perceived usefulness</i> (PU). ⇒ <i>Attitude toward using online ticketing</i> (ATU). ⇒ <i>Behavioral intention to use</i> (BIU).	153 orang yang sudah pernah memesan tiket pesawat melalui sistem <i>online ticketing</i> di DIY.	⇒ <i>Perceived ease of use</i> (PEOU) berpengaruh positif terhadap <i>Perceived usefulness</i> (PU) dan <i>Attitude toward using online ticketing</i> (ATU) ⇒ <i>Perceived usefulness</i> (PU) berpengaruh positif terhadap <i>Attitude toward using online ticketing</i> (ATU). ⇒ <i>Attitude toward using online ticketing</i> (ATU) berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral intention to use</i> (BIU).

<p>Destiana (2012).</p>	<p>⇒ <i>Perceived ease of use</i> (PEOU). ⇒ <i>Perceived usefulness</i> (PU). ⇒ <i>Attitude toward using</i> (ATU). ⇒ <i>Acceptance of e-learning system</i> (ACC).</p>	<p>66 Siswa kelas XII yang intensif menggunakan sistem <i>e-Learning</i> di SMA N 1 Wonosari.</p>	<p>⇒ <i>Perceived ease of use</i> (PEOU) berpengaruh signifikan terhadap <i>Perceived usefulness</i> (PU). ⇒ <i>Perceived ease of use</i> (PEOU) berpengaruh signifikan terhadap <i>Attitude toward using</i> (ATU). ⇒ <i>Perceived usefulness</i> (PU) berpengaruh signifikan terhadap <i>Attitude toward using</i> (ATU). ⇒ <i>Perceived usefulness</i> (PU) berpengaruh signifikan terhadap <i>Acceptance of e-learning system</i> (ACC). ⇒ <i>Attitude toward using</i> (ATU) tidak berpengaruh terhadap <i>Acceptance of e-learning system</i> (ACC).</p>
<p>Adriansyah, dkk (2016).</p>	<p>⇒ <i>Perceived usefulness</i> (PU). ⇒ <i>Perceived ease of use</i> (PEOU). ⇒ <i>Attitude</i> (ATU). ⇒ <i>Behavioral intention</i> (BI).</p>	<p>Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi yang menggunakan <i>E-Vote</i> saat melakukan pemilihan raya mahasiswa di UIN Sultan Syarif Kasim Riau.</p>	<p>⇒ <i>Perceived ease of use</i> (PEOU) berpengaruh positif terhadap <i>Perceived usefulness</i> (PU) dan <i>Attitude</i> (ATU). ⇒ <i>Perceived usefulness</i> (PU) berpengaruh positif terhadap <i>Attitude</i> (ATU) dan <i>Behavioral intention</i> (BI). ⇒ <i>Attitude</i> (ATU) berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral intention</i> (BI).</p>
<p>Lumbantobing (2018).</p>	<p>⇒ <i>Perceived ease of use</i> (PEOU). ⇒ <i>Perceived usefulness</i> (PU). ⇒ <i>Attitude</i></p>	<p>100 Mahasiswa pengguna aktif <i>digital newspaper</i> dari 5 fakultas Universitas Atma Jaya Yogyakarta</p>	<p>⇒ <i>Perceived ease of use</i> (PEOU) memiliki pengaruh positif terhadap <i>Perceived usefulness</i> (PU) dan <i>Attitude Toward Using</i> (ATU).</p>

	<p><i>toward using (ATU).</i></p> <p>⇒ <i>Behavioral intention to use (BIU).</i></p> <p>⇒ <i>Actual use (AU)</i></p>		<p>⇒ <i>Perceived usefulness (PU)</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Behavioral intention to use (BIU).</i></p> <p>⇒ <i>Attitude Toward Using (ATU)</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Behavioral intention to use (BIU).</i></p> <p>⇒ <i>Behavioral intention to use (BIU)</i> memiliki pengaruh positif pada <i>Actual use (AU)</i> surat kabar digital.</p>
Leihitu (2016).	<p>⇒ <i>Perceived usefulness (PU).</i></p> <p>⇒ <i>Perceived ease of use (PEOU).</i></p> <p>⇒ <i>Attitude toward using (ATU).</i></p> <p>⇒ <i>Behavioral intention to use (BI).</i></p> <p>⇒ <i>Actual use (AU)</i></p>	73 orang pengguna Sistem Informasi Desa dan Kawasan (SIDEKA) di 7 kabupaten di Indonesia.	<p>⇒ <i>Perceived ease of use (PEOU)</i> berpengaruh signifikan positif terhadap <i>Perceived usefulness (PU)</i> dan <i>Attitude Toward Using (ATU)</i> dari SIDEKA.</p> <p>⇒ <i>Perceived usefulness (PU)</i> berpengaruh signifikan positif terhadap <i>Attitude Toward Using (ATU)</i> dan <i>Behavioral intention to use (BI)</i> dari SIDEKA.</p> <p>⇒ <i>Attitude Toward Using (ATU)</i> berpengaruh signifikan positif terhadap <i>Behavioral intention to use (BI)</i> menggunakan SIDEKA.</p> <p>⇒ <i>Behavioral intention to use (BI)</i> berpengaruh signifikan positif terhadap <i>Actual use (AU)</i> SIDEKA.</p>

Setiawan (2017)	<p>⇒ <i>Perceived usefulness (PU)</i>.</p> <p>⇒ <i>Perceived ease of use (PEOU)</i>.</p> <p>⇒ <i>Attitude (AT)</i>.</p> <p>⇒ <i>Intention to use (IU)</i>.</p>	222 orang di DIY. yang menggunakan teknologi situs jejaring sosial sebagai saluran pengaduan kepada perusahaan.	<p>⇒ <i>Perceived usefulness (PU)</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Attitude (AT)</i> dan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>Intention to use (IU)</i>.</p> <p>⇒ <i>Perceived ease of use (PEOU)</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Perceived usefulness (PU)</i> dan <i>Attitude (AT)</i>.</p> <p>⇒ <i>Attitude (AT)</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Intention to use (IU)</i>.</p>
-----------------	--	---	---

Sumber: Penelitian-penelitian terdahulu.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa TAM yang digunakan dalam penelitian-penelitian tersebut tidak meninggalkan bentuk dasar TAM yaitu menggunakan keempat konstruk utama serta hubungan antara keempat konstruk tersebut, yaitu *Perceived Ease of Use (PEOU)*, *Perceived Usefulness (PU)*, *Attitude Toward Using (ATU)*, dan *Behavioural Intention to Use (BI)*. Dalam penelitian ini, konstruk yang diteliti dibatasi hanya pada empat konstruk utama, yaitu persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan *e-POSTI (perceived ease of use)*, persepsi pengguna terhadap kegunaan *e-POSTI (perceived usefulness)*, sikap pengguna terhadap penggunaan *e-POSTI (attitude toward using)*, dan niat untuk menggunakan *e-POSTI* seterusnya (*Behavioural Intention to Use*).

2.9. Pengembangan Hipotesis

2.9.1. Persepsi Kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) menggunakan *e-POSTI*

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha dalam mengerjakan sesuatu. Dengan semakin minimnya usaha yang diperlukan dalam mengerjakan pekerjaan, waktu yang digunakan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan akan semakin berkurang dan akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Hal ini sejalan dengan definisi dari persepsi kegunaan yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Dari dua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk mengatakan sebuah teknologi bisa digunakan dengan baik oleh pengguna, teknologi tersebut harus mudah digunakan sehingga pengguna menjadi percaya untuk menggunakan teknologi tersebut dan memanfaatkannya untuk meningkatkan kinerja pekerjaannya.

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan Sugiarto (2015) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk mengadopsi teknologi *online ticketing* di kalangan masyarakat DIY. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan. Sejalan dengan penelitian tersebut, hasil penelitian yang dilakukan oleh Destiana (2012) serta Adriansyah, dkk (2016) juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan. Oleh karena itu jika wajib pajak merasa bahwa *e-POSTI* mudah digunakan, maka wajib

pajak semakin percaya bahwa dengan menggunakan *e-POSTI*, pembayaran pajak tahunan dan pengesahan surat kendaraan bermotor bisa dilakukan dengan lebih cepat. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan untuk diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha1 = Persepsi Kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) menggunakan *e-POSTI* di SAMSAT Kota Yogyakarta.

2.9.2. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap sikap penggunaan (*attitude toward using*) menggunakan *e-POSTI*

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha dalam mengerjakan sesuatu. Sikap penggunaan teknologi (*attitude toward using technology*) atau biasa disebut sikap (*attitude*) adalah perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin *user* merasa mudah dalam menggunakan sebuah teknologi, maka sikap positif *user* terhadap penggunaan teknologi tersebut akan semakin tinggi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Destiana (2012) yang membahas mengenai analisa penerimaan siswa SMA N 1 Wonosari terhadap penerapan sistem *e-learning*. *e-learning* tersebut dominan berisi kumpulan soal (bank soal) dibandingkan materi pembelajaran sehingga *e-learning* ini lebih sering digunakan untuk program remedial atau *try-out* menjelang ujian bagi para siswa. Hasil dari penelitian ini adalah persepsi kemudahan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap sikap penggunaan *e-learning*. Hasil serupa juga didapat oleh Lumbantobing (2018) yang meneliti tentang penerimaan mahasiswa terhadap surat kabar digital. Sehubungan dengan penjelasan tersebut, jika wajib pajak merasa mudah dalam menggunakan sebuah sistem pembayaran pajak yang baru yaitu *e-POSTI*, maka wajib pajak akan merasa puas dan senang sehingga menimbulkan sikap yang positif terhadap penggunaan *e-POSTI* kedepannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan untuk diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha2 = Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan (*attitude toward using*) menggunakan *e-POSTI* di SAMSAT Kota Yogyakarta.

2.9.3. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) terhadap sikap penggunaan *e-POSTI* (*attitude toward using*)

Menurut Davis (1989), persepsi kegunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Lalu dalam TAM, Sikap dapat diartikan sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan (Davis et al 1989). Sikap berpengaruh pada intensi serta dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan kegunaan. Seseorang akan memiliki sikap yang positif saat menggunakan sebuah sistem jika pengguna meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan memiliki manfaat yang akan meningkatkan produktifitas mereka. Artinya jika sebuah teknologi memberikan manfaat yang

memang dibutuhkan *user*, maka *user* akan langsung menerima teknologi tersebut untuk meningkatkan produktifitas pekerjaan mereka. Penjelasan tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2017) yang meneiliti tentang penerimaan situs jejaring sosial sebagai saluran pengaduan keluhan oleh para pengguna situs jejaring sosial tersebut. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah *Perceived usefulness memiliki pengaruh positif terhadap Attitude menggunakan situs jejaring sosial sebagai saluran pengaduan keluhan*. Peneletian yang dilakukan oleh Sugiarto (2015) juga memperoleh hasil yang sama yaitu *Perceived usefulness memiliki pengaruh positif terhadap Attitude menggunakan online ticketing*. Dari uraian diatas dapat disimpulkan jika wajib pajak tahu dan merasakan manfaat yang positif dari *e-POSTI* dalam hal pembayaran dan pengesahan surat-surat kendaraan bermotor yang dirasa lebih cepat, maka dari sisi manfaat yang diperoleh, wajib pajak memiliki sikap yang positif dan menjadikan *e-POSTI* sebagai pilihan pertama saat hendak membayar pajak kendaraan bermotor setiap tahunnya. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan untuk diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha3 = Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) terhadap sikap penggunaan *e-POSTI* (*attitude toward using*) di SAMSAT Kota Yogyakarta.

2.9.4. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) terhadap niat (*behavioral intention to use*) menggunakan *e-POSTI*

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) didefinisikan oleh Davis (1989) sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan

meningkatkan kinerja pekerjaannya. Thompson et al (1991) juga menyebutkan bahwa individu akan menggunakan teknologi informasi jika orang tersebut mengetahui manfaat atau kegunaan (*usefulness*) positif atas penggunaannya. Minat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989). Dari penjelasan tersebut bisa dikatakan bahwa jika seseorang tahu dan mengerti tentang manfaat yang didapat dari penggunaan sebuah teknologi, maka orang tersebut akan berminat untuk tetap menggunakan teknologi tersebut untuk meningkatkan kinerja pekerjaannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Leihitu (2016) yang meneliti tentang identifikasi factor-faktor keberhasilan sistem informasi desa dan kawasan (SIDEKA) yang digunakan oleh operator desa dalam menunjang proses pelayanan. Penelitian tersebut dilakukan di 7 kabupaten di Indonesia dan hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh signifikan positif terhadap minat (*behavioral intention to use*). Penelitian yang dilakukan oleh Lumbantobing (2018) juga mendukung hasil tersebut. Sehingga dapat disimpulkan jika wajib pajak tahu dan merasakan manfaat yang positif dari *e-POSTI*, maka wajib pajak akan berminat untuk menggunakan *e-POSTI* karena akan semakin memudahkan wajib pajak kendaraan bermotor saat memenuhi kewajiban pembayaran pajak kendaraan tahunannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan untuk diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha4 = Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) terhadap niat (*behavioral intention to use*) menggunakan *e-POSTI* di SAMSAT Kota Yogyakarta.

2.9.5. Sikap penggunaan (*attitude toward using*) terhadap niat (*behavioral intention to use*) menggunakan *e-POSTI*

Sikap didefinisikan oleh Davis et al (1989) atau dapat diartikan sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Dalam TAM, sikap berpengaruh pada intensi serta dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan kegunaan. Minat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989). Tingkat penerimaan penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatian pengguna terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan menambah perangkat tambahan pendukung teknologi, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika seseorang sudah menentukan sebuah sikap dari sebuah teknologi yang dirasakan melalui kemudahan dan manfaat yang diperoleh, maka orang tersebut cenderung akan berminat untuk menggunakan teknologi tersebut, bahkan dapat memotivasi orang lain untuk menggunakan teknologi tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Adriansyah, dkk (2016) menunjukkan bahwa sikap penggunaan (*attitude toward using*) berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa fakultas sains dan teknologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau untuk menggunakan (*behavioral intention to use*) *E-Vote* saat melakukan pemilihan raya

mahasiswa. Sejalan dengan hasil peneletian tersebut, peneletian yang dilakukan oleh Sugiarto (2015) dan Leihitu (2016) juga menyatakan hasil yang serupa yaitu sikap penggunaan (*attitude toward using*) berpengaruh positif terhadap niat menggunakan (*behavioral intention to use*). Dari uraian tersebut dapat dijelaskan ketika wajib pajak sudah memiliki sikap yang positif terhadap *e-POSTI* karena merasa mudah digunakan dan merasakan manfaat positif yang dirasakan oleh wajib pajak tersebut, maka akan tumbuh niat untuk menggunakan *e-POSTI*. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan untuk diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha5 = Sikap penggunaan (*attitude toward using*) berpengaruh positif terhadap niat (*behavioral intention to use*) menggunakan *e-POSTI* di SAMSAT Kota Yogyakarta.