

TINGKAT PEMANFAATAN *WEBSITE*
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK OLEH AKUNTAN
DI WILAYAH KALIMANTAN TIMUR

Muhammad Subhan

Abd. Gafur

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman

=====

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of acceptance of usability, acceptance ease of use and psychological influences to attitude in using information technology. Attitude will influence the behavior specifically in utilizing information technology concern shown by the behavior. Data was obtained through the questionnaire survey with a purposely sampling technique with the criteria, accountants who utilize tax website that www.pajak.go.id in performing their work. Accountants who are being sampled of this study is accountants in private companies. Analysis of the data in this research uses Structural Equation Modeling (SEM) with an alternative method of PLS (Partial Least Square) which is assisted with the application program Smart PLS.

Based on the results of the research be concluded that 1) there is no significant relationship between perceived usefulness and attitude variables in the utilization of tax website (www.pajak.go.id); 2) there is a significant relationship between the variables of *perceived ease of use* and attitude in the use of website taxation (www.pajak.go.id); 3) there is no significant relationship between the variables of psychological attachment and attitude in the utilization of tax website (www.pajak.go.id); 4) there is a significant relationship between attitude and behavior variables intention to use the website taxation (www.pajak.go.id).

Keywords : accountant ,attitude ,influence , informtion ,tax ,technology ,website

A. PENDAHULUAN

Dengan semakin cepatnya perkembangan teknologi informasi, pergerakan ekonomi dan ketidakpastian merupakan beberapa faktor yang mendasari pentingnya investasi teknologi informasi. Teknologi informasi telah menjadi bagian penting dalam proses bisnis organisasi. Hartono (2003) yang dikutip Darsono (2005) mengatakan bahwa teknologi informasi memungkinkan perusahaan memiliki kemampuan untuk beradaptasi.

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) sebagai lembaga pemerintah yang bertanggung jawab terhadap penerimaan negara dari pajak dituntut untuk mendukung pembangunan dengan target pendapatan pajak yang cukup besar. Dari tahun 2002 hingga tahun 2012, target penerimaan pajak telah melonjak hingga 473,33%. Hal tersebut menandakan dinamisasi kehidupan bangsa kian menuntut kemandirian fiskal yang harus dipenuhi demi kesuksesan pembangunan. Untuk memenuhi tuntutan target penerimaan pajak maka DJP telah memanfaatkan teknologi sebagai sarana utama untuk mendorong kesadaran masyarakat untuk memenuhi kewajibannya. Direktorat Jenderal Pajak telah meningkatkan pelayanan perpajakan kepada masyarakat melalui teknologi informasi melalui jaringan internet yang beralamat di www.pajak.go.id

Hartono (2005) menjelaskan informasi yang dapat berguna harus didukung oleh tiga pilar yaitu relevan (*relevance*) karena informasi tersebut sesuai dengan kebutuhan pemakainya untuk pengambilan keputusan, tepat waktu (*timeliness*) karena informasi tersebut dapat diperoleh pada saat dibutuhkan dan akurat (*accurate*) karena nilai yang terdapat dalam informasi tersebut tepat (tidak bias). Lucas dan Spitter (1999) yang dikutip oleh Wijayanto (1999) yang menyatakan bahwa apabila teknologi informasi dapat dimanfaatkan secara efektif maka anggota dalam organisasi harus mampu untuk menggunakan teknologi informasi dengan baik, sehingga memberikan kontribusi terhadap kinerjanya.

Model yang dapat digunakan untuk mengukur penerimaan teknologi informasi oleh pemakainya adalah TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dikembangkan oleh Davis (1989) dengan berlandaskan TRA (*Technology Reason Action*) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzein (1975). Pernyataan Davis, Bargozi dan Warshaw yang dikutip Malhotra dan Galetta (1999) menunjukkan tujuan dari TAM adalah menyediakan penjelasan dari penentuan penerimaan komputer yang secara umum, kemampuan menjelaskan perilaku pemakai untuk semua pemakai akhir (*end user*) teknologi komputer dan populasi pemakai. Malhotra dan Galetta (1999) menyebutkan TAM dan TRA sebagai dasar teori hubungan sebab akibat dari dua faktor yang membangun sikap (*attitude*) yaitu penerimaan kegunaan (*perceived usefulness*) dan penerimaan kemudahan menggunakan (*perceived ease of use*). Dalam penelitian Malhotra dan Galetta

(1999) menambahkan variabel pengaruh psikologis (*psychological attachment*) dalam pemanfaatan teknologi informasi.

Peneliti dalam hal ini akan melakukan penelitian berdasarkan variabel-variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *psychological attachment*. Variabel-variabel tersebut akan mempengaruhi penerimaan www.pajak.go.id melalui variabel intervening *attitude* yang mempengaruhi perilaku yang khusus dalam pemanfaatan www.pajak.go.id tersebut yang ditunjukkan dengan variabel *behavior intention*. Penelitian dilakukan pada masyarakat yang berprofesi sebagai akuntan yang terdiri atas akuntan pendidik, akuntan pada Kantor Akuntan Publik dan Konsultan Pajak, Akuntan di sektor swasta dan Akuntan pemerintah di wilayah Kalimantan Timur.

Dari pemaparan yang telah disampaikan sebelumnya, penulis merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

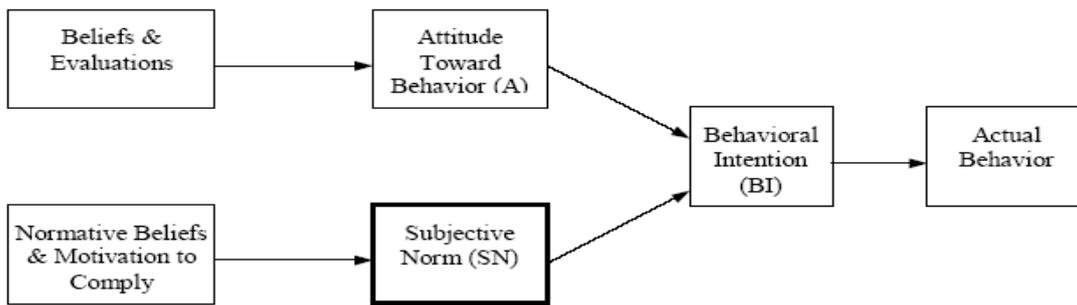
1. Apakah variabel *perceived usefulness* mempengaruhi pemanfaatan www.pajak.go.id pada akuntan manajemen di Kalimantan Timur?
2. Apakah variabel *perceived ease of use* mempengaruhi www.pajak.go.id pada akuntan manajemen di Kalimantan Timur?
3. Apakah variabel *psychological attachment* mempengaruhi pemanfaatan www.pajak.go.id pada akuntan manajemen di Kalimantan Timur?

B.

TINJAUAN PUSTAKA

TRA (*Theory Reason Action*) dan TAM (*Technology Acceptance Model*)

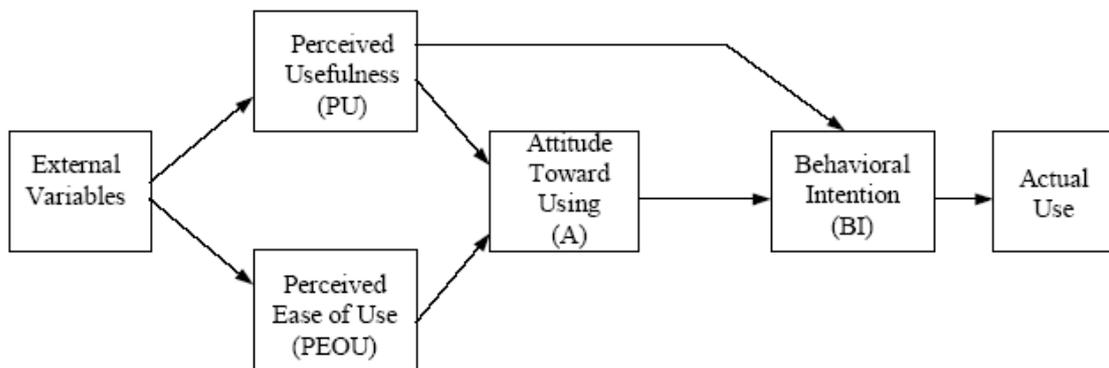
Menurut Dillon dan Morris dalam Malhotra dan Galletta (1999) definisi TRA (*Theory Reason Action*) adalah hubungan antara keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), norma-norma (*norms*), perhatian yang khusus (*behavior intention*) dan perilaku (*behavior*) seseorang. Menurut teori tersebut, perilaku individu ditentukan oleh satu perhatian untuk menunjukkan perilaku. Malhotra dan Galletta (1999) menyatakan TRA mempelajari model psikologis sosial yang diperhatikan dengan penentuan perilaku yang diharapkan secara sadar. Menurut TRA, kinerja seseorang dari perilaku yang khusus ditentukan oleh perhatian perilaku (*behavior intention*) untuk menunjukkan perilaku (*behavior*). Perhatian perilaku (*behavior intention*) yang ditentukan oleh sikap (*attitude*) seseorang dan norma subjektif (*subjective norm*). Sun dan Zhang (2006) mendefinisikan norma subjektif adalah persepsi seseorang bahwa banyak orang yang penting bagi dia berfikir bahwa dia sebaiknya menunjukkan atau tidak menunjukkan perilakunya dalam pertanyaan.



Gambar 1.TRA (*Theory Reasoned Action*)

Sumber: Succi dan Walter (1999) berdasarkan Fishbein dan Ajzen (1975)

TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dikembangkan oleh Davis (1989) dengan berlandaskan TRA (*Theory Reason Action*) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzein (1975). Menurut Davis (1989) yang dikutip oleh Kim, Chun dan Song menyatakan bahwa dalam model TAM terdapat dua faktor penentu dalam pemanfaatan sistem yaitu penerimaan kemudahan menggunakan (*perceived ease of use*) dan penerimaan kegunaan (*perceived usefulness*). *Perceived ease of use* dan *perceived usefulness* menentukan sikap (*attitude*) dalam memanfaatkan teknologi informasi. Sikap (*attitude*) akan mempengaruhi perilaku khusus yang ditunjukkan melalui perhatian perilaku (*behavior intention*) dalam memanfaatkan teknologi informasi. Sehingga perhatian perilaku (*behavior intention*) dalam menggunakan teknologi akan mempengaruhi penerimaan teknologi yang digunakan. *Perceived usefulness* juga dapat mempengaruhi perilaku yang khusus dalam memanfaatkan teknologi yang ditunjukkan melalui perhatian prilaku (*behavior intention*) dalam memanfaatkan teknologi secara langsung.



Gambar 2.TAM (*Technology Acceptance Model*)

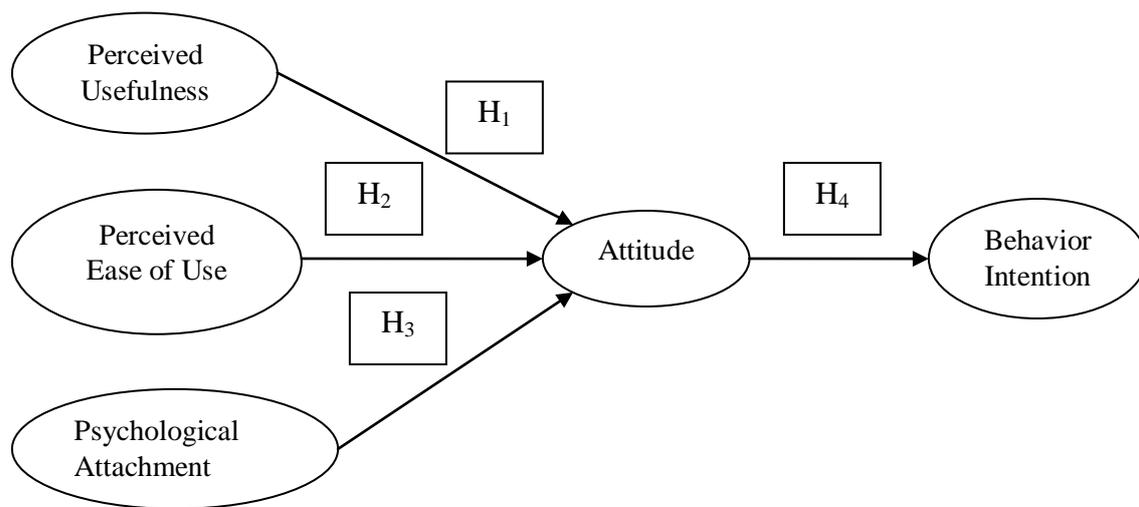
Sumber: Malhotra dan Galletta (1999) Berdasarkan Model Davis (1989)

Model Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *psychological attachment*. Variabel-variabel tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Weber (1999) menjelaskan bahwa variabel penerimaan kegunaan (*perceived usefulness*) yaitu keinginan calon pemakai bahwa dengan menggunakan sistem aplikasi yang khusus akan meningkatkan kinerjanya.
2. Weber(1999) menjelaskan bahwa variabel penerimaan kemudahan menggunakan (*perceived ease of use*) yaitu tingkatan dari harapan pemakai bahwa dalam pemanfaatan sistem tidak memerlukan banyak usaha (*free of effort*).
3. Malhotra dan Galletta (1999) menjelaskan definisi *psychological attachment* adalah tingkatan atas komitmen pemakai sistem informasi terhadap sistem informasi yang digunakan berdasarkan pengaruh *social influence*. *Social influence* adalah tingkat pengaruh pihak lain terhadap individu mengenai penggunaan teknologi informasi.
4. Malhotra dan Galletta (1999) menambahkan satu faktor penentu dalam pemanfaatan sistem variabel *psychological attachment* selain *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dalam model TAM yang dikembangkan Davis (1989).

Variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *psychological attachment* akan mempengaruhi variabel sikap (*attitude*) dalam pemanfaatan teknologi informasi. Sikap (*attitude*) akan mempengaruhi perilaku yang khusus dalam pemanfaatan teknologi melalui perhatian perilaku (*behavior intention*). Gardner dan Amoroso (2004) mengatakan *behavior intention* adalah mengukur kekuatan dari sebuah perhatian untuk menunjukkan perilaku yang khusus. *Behavior intention* adalah penentu yang baik untuk pemakaian yang aktual dari sebuah teknologi.



Gambar 3.Model Penelitian

Pengembangan Hipotesis

H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor *perceived usefulness* dan *attitude* dalam pemanfaatan www.pajak.go.id.

Berdasarkan definisi dari Davis (1989) yang dikutip Kang (1998) mengatakan bahwa *perceived usefulness* adalah tingkatan pemikiran individu bahwa dengan menggunakan teknologi akan memperbaiki kinerjanya. Umarji (2005) menyebutkan bahwa *perceived usefulness* merupakan persepsi praktisi mengenai kinerja aktivitas teknologi informasi dalam mencapai kepuasan kerja (*job satisfaction*) dan prospek karir mereka.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hubona dan Geitz (1997) dengan menggunakan TAM (*Technology Acceptance Model*) yang diajukan Davis (1989) tampak bahwa perkembangan teknologi informasi akan efektif jika terdapat kecocokan antara teknologi yang digunakan dan tugas-tugas yang dikerjakan dan antara karakteristik individu dan teknologi yang digunakan. Sehingga keyakinan (*beliefs*) dan sikap (*attitude*) adalah instrumen dalam mendorong penerimaan pemakai atas teknologi informasi yang baru.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti akan mengajukan hipotesis pengaruh faktor *perceived usefulness* terhadap *attitude* dalam pemanfaatan www.pajak.go.id.

H₂: Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor *perceived ease of use* dan *attitude* dalam pemanfaatan www.pajak.go.id.

Berdasarkan definisi dari Davis (1989) yang dikutip oleh Kang (1998) mengatakan bahwa *perceived ease of use* adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi informasi dapat dilakukan dengan sedikit usaha (*free of effort*).

Hubona dan Geitz (1997) menyatakan bahwa variabel eksternal baik itu individu maupun organisasi juga merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan dengan memperhatikan proses mengadopsi teknologi informasi yang baru. Karena variabel eksternal yaitu kategori pekerjaan, pengalaman yang dimiliki terhadap sistem, dan pengalaman terhadap komputer memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap perilaku (*behavior*) yang harus dipertimbangkan.

Heslin (1996) menyatakan bahwa orang-orang yang berbeda menunjukkan persepsi yang berbeda-beda terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi informasi terhadap sistem yang sama. Hal tersebut menunjukkan bahwa perbedaan pekerjaan akan mempengaruhi penerimaan terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi informasi dengan sistem yang sama karena setiap orang memiliki pengalaman dan kemampuan yang berbeda dalam menggunakan teknologi informasi. Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti mengajukan hipotesis pengaruh faktor *perceived ease of use* terhadap *attitude* dalam pemanfaatan www.pajak.go.id.

H₃: Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor *psychological attachment* dan *attitude* dalam pemanfaatan www.pajak.go.id.

Iqbaria (1999) yang dikutip Wijayanto (2003) mendefinisikan *social influence* adalah tingkat pengaruh pihak lain terhadap individu mengenai penggunaan teknologi informasi. Pendapat tersebut didasarkan pada kesadaran orang-orang terhadap pemikiran orang lain tentang mereka, sehingga perilaku penggunaan teknologi informasi mereka dipengaruhi oleh perilaku orang-orang atau pengaruh keputusan dalam banyak situasi yang berbeda. *Psychological Attachment* merupakan perluasan dari *social influence*.

Dalam penelitian Malhotra dan Galletta (1999) dan Wijayanto (2003) tampak bahwa *psychological attachment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *attitude* dalam pemanfaatan teknologi informasi.

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti akan mengajukan hipotesis pengaruh *psychological attachment* terhadap *attitude* dalam pemanfaatan www.pajak.go.id.

H4: Terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor *attitude* dan *behavior intention* dalam pemanfaatan www.pajak.go.id.

Model TAM dari Davis (1989) yang dikutip oleh Kang (1998) menyatakan bahwa penggunaan teknologi ditentukan oleh *behavior intention* dalam menggunakan teknologi, *behavior intention* tersebut dibangun dari *attitude*. *Attitude* sendiri dibentuk dari *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

Dalam penelitian Mathieson dan Tod yang dikutip oleh Gardner dan Amoroso (2004) menjelaskan dalam penelitian tersebut diketahui *attitude* secara statistik adalah valid untuk menjelaskan perhatian untuk menggunakan (*intention to use*) dengan menggunakan TAM (*Technology Acceptance Model*). Sedangkan Tod (2004) mengatakan bahwa *attitude* bukanlah penentu signifikan dari perhatian perilaku (*behavior intention*) walaupun hubungan antara *attitude* dan *behavior intention* adalah lebih signifikan untuk pengalaman pemakai.

Pendapat Davis (1989) yang dikutip oleh Gardner dan Amoroso (2004) menyebutkan bahwa penerimaan teknologi informasi oleh orang-orang yang menggunakan komputer dapat diperkirakan perilakunya (*behavior*) melalui perhatian perilaku (*behavior intention*) dalam penggunaan teknologi informasi.

Berdasarkan ilustrasi di atas maka peneliti akan mengajukan hipotesis hubungan antara *attitude* dan *behavior intention* dalam pemanfaatan www.pajak.go.id.

C.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Kegiatan pengumpulan data dilakukan dengan metoda survei pada akuntan manajemen pada pelaku usaha di wilayah Kalimantan Timur. Pelaksanaan survei diutamakan pada Kota Samarinda dan Kota Balikpapan karena kedua kota tersebut merupakan pusat perkembangan usaha yang signifikan di Provinsi Kalimantan Timur. Waktu penelitian dilaksanakan pada tahun 2014.

Populasi dan Teknik Sampel

Populasi dalam pengambilan sampel ini adalah masyarakat di wilayah Kalimantan Timur yang berprofesi sebagai akuntan manajemen pada pelaku usaha. Metode pengambilan sampel adalah secara non probabilitas atau pemilihan non random berupa *purposive sampling*. Metode pengambilan sampel

dengan *purposive sampling* berdasarkan suatu kriteria tertentu yaitu akuntan manajemen yang memanfaatkan web site Direktorat Jenderal Perpajakan yaitu www.pajak.go.id.

Pengukuran Variabel

Variabel laten terdiri dari variabel laten eksogen dan variabel laten endogen disertai dengan indikator-indikator pengukurannya atau variabel manivest. Variabel laten eksogen (ξ) yaitu *variabel perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *psychological attachment*. Dalam model yang diteliti juga terdapat variabel laten endogen (η) yaitu *attitude* dan *behavior intention*. Setiap variabel laten memiliki variabel manifes (indikator). Pengukuran setiap variabel laten sebagai berikut:

- | | | |
|----|----------------------------------------------------------------------------|--|
| a. | Variabel <i>perceived usefulness</i> diukur dengan 6 (enam) indikator; | |
| b. | Variabel <i>perceived ease of use</i> diukur dengan 6 (enam) indikator; | |
| c. | Variabel <i>psychological attachment</i> diukur dengan 3 (tiga) indikator; | |
| d. | Variabel <i>attitude</i> diukur dengan 4 (empat) indikator; | |
| e. | Variabel <i>behavior intention</i> diukur dengan 4 (empat) indikator. | |

Model Spesifikasi Dengan PLS

Model analisis jalur (*path analysis*) semua variabel laten dalam PLS terdiri dari tiga set hubungan:

- Inner model* yang menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan *substantive theory (structural model)*.
- Outer model* mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya.
- Weight relation* digunakan untuk menciptakan komponen skor variabel laten yang didapat berdasarkan bagaimana *inner model* dan *outer model* dispesifikasi.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Dari 245 eksemplarkuesioner yang disebar, yang diterima kembali sebanyak 195 eksemplar kuesioner dengan tingkat respon sebesar 80%. Kuesioner yang diterima sebanyak 175 eksemplar telah diisi dengan lengkap oleh responden sehingga dapat diolah dan dianalisis.

Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model sering juga disebut *outer relation* atau *measurement model* yang menspesifikasikan hubungan antara variabel laten dengan indikator atau variabel manifestnya. Model pengukuran atau *outer model* terdiri atas *convergent validity*, *discriminant validity* dan reliabilitas.

Convergent validity dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara skor item atau *component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS.

Pada tabel 1 tampak hasil pengolahan data dengan menggunakan PLS yang menghasilkan *outer loading* untuk setiap indikator (variabel manifest) dari variabel laten *perceived usefulness* (PU), *perceived ease of use* (PEOU), *psychological attachment* (PA), *attitude* dan *behavior intention* (BI). Dari *outer loading* tampak nilai *loading* dari indikator pada kolom *original sample estimate*. Dari nilai *loading* tersebut tampak bahwa terdapat nilai *loading* di bawah 0,60, yaitu X14 dengan 0.57. Pada kolom *T-Statistic* tampak nilai *t* hitung indikator X14 dengan 1.781 tidak signifikan pada 0,05 yaitu kurang dari 1.974. Sehingga X14 harus dikeluarkan dari model.

Tabel 1 Hasil Dari *Outer Loading*

	Original Sample Estimate	Mean of Subsamples	Standard Deviation	T-Statistic
PU				
X1	0.889	0.88	0.14	6.373
X2	0.897	0.881	0.14	6.398
X3	0.805	0.779	0.164	4.908
X4	0.886	0.863	0.151	5.87
X5	0.886	0.884	0.129	6.847
X6	0.876	0.875	0.131	6.682
PEOU				
X10	0.839	0.834	0.061	13.743
X11	0.72	0.716	0.08	9.035

X12	0.78	0.772	0.072	10.861
X7	0.756	0.745	0.083	9.087
X8	0.789	0.794	0.049	16.06
X9	0.785	0.79	0.069	11.361
PA				
X13	0.62	0.612	0.281	2.202
X14	0.571	0.548	0.32	1.781
X15	0.965	0.869	0.236	4.088
ATTITUDE				
Y1	0.783	0.778	0.121	6.49
Y2	0.793	0.796	0.05	15.852
Y3	0.718	0.712	0.119	6.014
Y4	0.771	0.729	0.141	5.456
BI				
Y5	0.842	0.849	0.032	26.643
Y6	0.903	0.897	0.073	12.428
Y7	0.778	0.77	0.115	6.746
Y8	0.873	0.876	0.052	16.659

Sumber: Data Diolah Dengan SmartPLS

Setelah dikeluarkannya indikator X14 maka tampak nilai *loading* setiap indikator berada diatas 0,60 pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Dari *Outer Loading*

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
PU				
X1	0.889	0.884	0.135	6.575
X2	0.897	0.88	0.139	6.456
X3	0.805	0.787	0.142	5.659
X4	0.886	0.863	0.141	6.291
X5	0.886	0.873	0.14	6.321
X6	0.876	0.863	0.142	6.182
PEOU				
X10	0.839	0.838	0.065	12.911
X11	0.72	0.717	0.078	9.251
X12	0.78	0.776	0.06	13.098
X7	0.756	0.763	0.08	9.468

X8	0.789	0.795	0.062	12.783
X9	0.785	0.792	0.06	13.174
PA				
X13	0.608	0.539	0.273	2.228
X15	0.969	0.954	0.041	23.829
ATTITUDE				
Y1	0.783	0.78	0.08	9.792
Y2	0.793	0.791	0.045	17.466
Y3	0.717	0.713	0.128	5.582
Y4	0.771	0.755	0.091	8.446
BI				
Y5	0.842	0.841	0.036	23.657
Y6	0.903	0.9	0.03	30.161
Y7	0.778	0.76	0.079	9.851
Y8	0.873	0.869	0.045	19.369

Sumber: Data Diolah Dengan SmartPLS

Discriminant validity digunakan untuk menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik daripada ukuran pada blok lainnya. *Discriminant validity* dapat dilihat dari nilai *cross loading*. Nilai korelasi indikator terhadap konstraknya (variabel laten) harus lebih besar dibandingkan nilai korelasi antara indikator dengan konstruk lainnya.

Pada tabel 3 tampak nilai *loading* setiap indikator pada pada konstruk *perceived usefulness* (nilai *loading* yang tercetak tebal) lebih besar dari pada nilai *loading* pada konstruk yang lainnya. Hal tersebut juga tampak pada konstruk *perceived ease of use*, *psychological attachment*, *attitude* dan *behavior intention*. Sehingga konstruk *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *psychological attachment*, *attitude* dan *behavior intention* memiliki *discriminant validity* yang baik.

Tabel 3. *Cross Loading*

	PU	PEOU	PA	ATTITUDE	BI
X1	0.889	0.898	0.155	0.642	0.559
X2	0.897	0.852	0.127	0.484	0.355
X3	0.805	0.717	0.386	0.41	0.302

X4	0.886	0.674	0.174	0.295	0.316
X5	0.886	0.938	0.154	0.554	0.453
X6	0.876	0.79	-0.05	0.454	0.419
X7	0.379	0.756	0.295	0.63	0.289
X8	0.573	0.789	0.368	0.616	0.375
X9	0.541	0.785	0.099	0.718	0.444
X10	0.323	0.839	0.44	0.57	0.286
X11	0.376	0.72	0.448	0.699	0.349
X12	0.264	0.78	0.386	0.612	0.249
X13	0.332	0.524	0.608	0.271	0.092
X15	0.076	0.603	0.969	0.662	0.112
Y1	0.225	0.594	0.198	0.783	0.278
Y2	0.337	0.723	0.44	0.793	0.33
Y3	0.06	0.315	0.225	0.717	0.151
Y4	0.18	0.731	0.463	0.771	0.339
Y5	0.476	0.666	0.046	0.638	0.842
Y6	0.457	0.757	0.125	0.737	0.903
Y7	0.269	0.587	0.256	0.545	0.778
Y8	0.401	0.685	0.13	0.54	0.873

Sumber: Data Diolah Dengan SmartPLS

Cara lain untuk mengukur nilai discriminant validity adalah dengan membandingkan nilai akar dari *Average Variance Extracted (AVE)* setiap konstruk (variabel laten) dengan korelasi antara konstruk lainnya. Jika nilai dari akar AVE lebih besar dari pada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya berarti setiap konstruk memiliki *discriminant validity* yang baik. Tampak pada tabel 4 nilai AVE dan akar dari AVE.

Tabel 4.AVE dan Akar AVE

	Average Variance Extracted (AVE)	Akar AVE
<i>Perceived Usefulness</i>	0.764	0,874
<i>Perceived Ease of Use</i>	0.607	0,779
<i>Psychological Attachment</i>	0.654	0,809
<i>Attitude</i>	0.587	0,766
<i>Behavior Intention</i>	0.723	0,850

Sumber: Data Diolah Dengan SmartPLS

Dengan membandingkan nilai akar dari AVE setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya seperti yang tampak pada tabel 5. Nilai akar AVE (dicetak tebal) *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *psychological attachment*, *attitude*, dan *behavior intention* lebih besar dibandingkan korelasi antara konstruk lainnya. Sehingga dikatakan bahwa seluruh variabel laten memiliki *discriminant validity* yang baik.

Tabel 5.Korelasi Antar Konstruk dan Akar AVE

	PU	PEOU	PA	ATTITUDE	BI
PU	0,874				
PEOU	0.661	0,779			
PA	0.148	0.463	0,809		
ATTITUDE	0.388	0.712	0.458	0,766	
BI	0.587	0.646	0.151	0.585	0,850

Sumber: Data Diolah Dengan SmartPLS

Reliabilitas suatu konstruk (variabel laten) dapat dinilai dengan menggunakan *composite reliability*. Pada tabel 6, *composite reliability* tampak bahwa nilai setiap variabel laten berada diatas 0,70 dan nilai AVE setiap variabel laten berada diatas 0,50. Berdasarkan hal tersebut maka seluruh variabel laten memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Tabel 6.Nilai AVE dan *Composite Reliability*

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Perceived Usefulness</i>	0.764	0.951
<i>Perceived Ease of Use</i>	0.607	0.902
<i>Psychological Attachment</i>	0.654	0.782
<i>Attitude</i>	0.587	0.850
<i>Behavior Intention</i>	0.723	0.912

Sumber: Data Diolah Dengan SmartPLS

Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model disebut juga *inner relation*, *structural model* dan *substantive theory*. *Inner model* menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada *substantive theory*. Menilai *inner model* adalah melihat hubungan antar konstruk laten dengan memperhatikan hasil estimasi koefisien parameter path dan tingkat signifikannya. Sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan memperhatikan tingkat signifikan dan parameter path antar variabel laten, seperti tampak pada tabel 7.

Tabel 7.Estimasi Koefisien, T Statistik dan R-Square

	Original Sample Estimate	Standard Deviation	Standard Deviation	T-Statistic
PU -> Attitude	-0.106	-0.073	0.14	0.755
PEOU -> Attitude	0.716	0.704	0.188	3.811
PA -> Attitude	0.143	0.15	0.115	1.239
Attitude -> BI	0.585	0.603	0.086	6.798

Sumber: Data Primer Diolah Dengan SmartPLS

Dari tabel 7 tampak T statistik sebesar 0.755 yang lebih kecil dari T tabel yaitu 1.974 dengan tingkat signifikan 0,05. Hasil uji T tampak bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived usefulness* dan *attitude* dalam pemanfaatan website perpajakan (www.pajak.go.id).

Dari hasil uji T tampak penerimaan kegunaan (*perceived usefulness*) dalam pemanfaatan website perpajakan (www.pajak.go.id) oleh responden tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap (*attitude*) yang akan mempengaruhi perilaku yang khusus dalam pemanfaatan website perpajakan(www.pajak.go.id). Hasil yang diperoleh berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti yang lain seperti Darsono (2005) dan Wijayanto (2003).

Weber (1999) menjelaskan bahwa faktor lain mungkin akan mempengaruhi penerimaan kegunaan (*perceived usefulness*) dari sistem informasi seperti implementasi suatu sistem menghasilkan pengaruh yang tidak menguntungkan atas kebiasaan bekerja pemakainya walaupun teknologi itu secara potensial dapat meningkatkan kinerjanya. Hal tersebut disebabkan pengaruh sosialisasi dan kebiasaan dalam bekerja serta informasi yang ditampilkan dalam website perpajakan(www.pajak.go.id).

Kurangnya sosialisasi Direktorat Jenderal Perpajakan terhadap pemanfaatan website perpajakan (www.pajak.go.id) mempengaruhi tingkat penerimaan pemanfaatan website perpajakan. Sehingga ketidaktahuan tersebut menjadi penyebab utama atas kurangnya tingkat penerimaan pemanfaatan website perpajakan.

Selain itu faktor yang lain adalah factor ketidak jelasan informasi yang ditampilkan oleh pihak pajak terkait kebutuhan akuntan manajemen. Dalam memenuhi kebutuhan informasi pajak untuk menghitung kewajiban pajak perusahaan, akuntan manajemen dihadapkan pada informasi yang sulit untuk dipahami dalam web site tersebut. Hal ini mempengaruhi tingginya tingkat penggunaan akuntan eksternal dalam membantu menghitung kewajiban pajak perusahaan.

Pihak Dirjen Perpajakan sebaiknya lebih banyak menampilkan informasi yang berhubungan dengan ilustrasi perhitungan pajak sehingga tidak hanya menampilkan aturan-aturan perpajakan saja. Selain itu perlunya disediakan kolom khusus bagi masyarakat untuk memberikan masukan mengenai kinerja website tersebut.

Faktor terakhir adalah beberapa file yang ditampilkan dalam website tersebut tidak dapat diunduh atau memerlukan waktu yang lama. Serta data yang ditampilkan tidak diperbaharui tepat waktu ketika terjadi perubahan peraturan perpajakan.

Dari tabel 7 tampak T statistik sebesar 3.811 yang lebih besar dari T tabel yaitu 1.974 dengan tingkat signifikan 0,05. Hasil uji T tampak bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived ease of use* dan *attitude* dalam pemanfaatan website perpajakan(www.pajak.go.id).

Heslin (1996) menyatakan bahwa orang-orang yang berbeda menunjukkan persepsi yang berbeda-beda terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi informasi terhadap sistem yang sama. Hal tersebut menunjukkan bahwa perbedaan pekerjaan akan mempengaruhi penerimaan terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi informasi dengan sistem yang sama karena setiap orang memiliki pengalaman dan kemampuan yang berbeda dalam menggunakan teknologi informasi.

Dari hasil uji T tampak penerimaan kemudahan menggunakan (*perceived ease of use*) dalam pemanfaatan website perpajakan (www.pajak.go.id) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap (*attitude*) yang akan mempengaruhi perilaku yang khusus dalam pemanfaatan website perpajakan (www.pajak.go.id). Penelitian dengan menggunakan hipotesis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude* juga dilakukan Hubona dan Geitz (1997), Malhotra dan Galletta (1999) dan Wijayanto (2003) dan memberikan hasil yang sama dengan penelitian ini.

Dari tabel 7 tampak T statistik sebesar 1.239 yang lebih kecil dari T tabel yaitu 1.974 dengan tingkat signifikan 0,05. Hasil uji T tampak bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *psychological attachment* dan *attitude* dalam pemanfaatan website perpajakan(www.pajak.go.id).

Dari hasil uji T tampak pengaruh psikologis (*psychological attachment*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap (*attitude*) yang akan mempengaruhi perilaku yang khusus dalam pemanfaatan website perpajakan. Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Malhotra dan Galletta (1999) tampak bahwa *psychological attachment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *attitude* dalam penerimaan teknologi informasi.

Respon akuntan manajemen memberikang ambaran bahwa factor kurangnya keyakinan akan kegunaan website perpajakan (www.pajak.go.id) dalam menyelesaikan masalah perpajakan perusahaan. Sehingga penting bagi Dirjen Perpajakan untuk menampilkan informasi yang terkait dengan bidang perpajakan dalam website perpajakan (www.pajak.go.id) seperti mengenai tata cara perhitungan pajak yang mudah untuk dipahami oleh para akuntan manajemen.

Selain itu, tampak bahwa beberapa file dalam website tersebut sangat susah untuk diunduh yang menyebabkan membutuhkan waktu yang lama dalam proses unduh data yang dibutuhkan. Masalah lainnya adalah pihak Dirjen Pajak tidak memberikan tempat khusus dalam web site itu untuk menampung opini masyarakat berupa masukan-masukan yang dibutuhkan untuk memperbaiki kinerja website perpajakan tersebut.

Dari tabel 7 tampak T statistik sebesar 6.798 yang lebih besar dari T tabel yaitu 1.974 dengan tingkat signifikan 0,05. Hasil uji T tampak bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *attitude* dan *behavior intention* dalam pemanfaatan website perpajakan(www.pajak.go.id).

Dari hasil uji T tampak sikap (*attitude*) dalam pemanfaatan website perpajakan (www.pajak.go.id) oleh responden mempengaruhi perilaku yang khusus secara signifikan melalui perhatian perilaku (*behavior intention*). Hal yang sama juga terlihat pada penelitian yang dilakukan Xu dan Yu (2004) dan Sun dan Zhang (2006).

E. PENUTUP

Setelah melakukan analisa atas variabel penerimaan kegunaan (*perceived usefulness*), variabel penerimaan kemudahan menggunakan (*perceived ease of use*) dan variabel pengaruh psikologis (*psychological attachment*) yang berpengaruh terhadap variabel intervening sikap (*attitude*) yang mempengaruhi perilaku yang khusus dalam penerimaan teknologi informasi melalui variabel perhatian perilaku (*behavior intention*), maka dapat disimpulkan:

- a. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *perceived usefulness* dan *attitude* dalam pemanfaatan website perpajakan (www.pajak.go.id).
- b. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *perceived ease of use* dan *attitude* dalam pemanfaatan website perpajakan (www.pajak.go.id).
- c. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *psychological attachment* dan *attitude* dalam pemanfaatan website perpajakan (www.pajak.go.id).
- d. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *attitude* dan *behavior intention* dalam pemanfaatan website perpajakan (www.pajak.go.id).

Variabel *perceived usefulness* dan *psychological attachment* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *attitude* dalam pemanfaatan website perpajakan (www.pajak.go.id). Hal tersebut dikarenakan faktor kurangnya sosialisasi, infrastruktur, dan kebiasaan bekerja dalam proses implementasi teknologi informasi akan menghasilkan pengaruh yang tidak menguntungkan walaupun teknologi itu secara potensial dapat meningkatkan kinerja. Oleh karena itu, kami memberikan saran-saran sebagai berikut:

- a. Perlunya sosialisasi Direktorat Jenderal Perpajakan terhadap pemanfaatan website perpajakan (www.pajak.go.id) kepada para akuntan terutama akuntan manajemen. Hal ini karena kurangnya sosialisasi mempengaruhi tingkat penerimaan pemanfaatan website perpajakan. Ketidaktahuan tersebut menjadi penyebab utama atas kurangnya tingkat penerimaan pemanfaatan website perpajakan.
- b. Perlunya perbaikan tampilan dalam website perpajakan (www.pajak.go.id). Respon akuntan manajemen memberikan gambaran bahwa faktor kurangnya keyakinan akan kegunaan website perpajakan (www.pajak.go.id).
- c. Dalam menyelesaikan masalah perpajakan perusahaan. Sehingga penting bagi Dirjen Perpajakan untuk menampilkan informasi yang lebih banyak mencakup ilustrasi tata cara perhitungan pajak yang mudah untuk dipahami.
- d. Perlunya diberikan tempat khusus dalam website tersebut bagi masyarakat untuk memberikan masukan untuk meningkatkan kinerja website perpajakan tersebut. Sehingga sangat dibutuhkan website yang lebih interaktif daripada website yang cenderung bersifat satu arah.
- e. Pimpinan perusahaan tempat akuntan bekerja perlu mengintensifkan akuntannya dalam pelatihan dalam rangka mengoptimalkan pemanfaatan website pajak tersebut. Hal ini akan meningkatkan efektifitas dan efisiensi penatalaksanaan perpajakan. Para akuntan manajemen tersebut terbiasa

untuk memperoleh jawaban dari permasalahan tersebut dengan melakukan konsultasi langsung ke Kantor Pelayanan Pajak tanpa memanfaatkan terlebih dahulu fasilitas teknologi informasi dan komunikasi berupa website perpajakan (www.pajak.go.id).

- f. Pimpinan perusahaan perlu menyediakan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi khususnya jaringan instalasi internet, terutama pada bagian yang mengurus masalah keuangan dan perpajakan. Dalam memanfaatkan website perpajakan, infrastruktur yang terkait dengan pengadaan jaringan internet di bagian keuangan sangat dibutuhkan. Dengan tidak tersedianya jaringan internet pada bagian bendahara keuangan menyebabkan kurangnya pemanfaatan website perpajakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Darsono, Licen Indahwati. (2005). *Examining Information Technology Acceptance By Individual Professionals*. Gadjah Mada International Journal of Business, Vol. 7, No. 2, pp. 155—178.
- Gardner, Christina; Amoroso, Donald L. (2004). *Development of an Instrument to Measure the Acceptance of Internet Technology by Consumers*. Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences.
- Hartono, Jogyanto. (2005). *Sistem Teknologi Informasi*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Heslin, J. Alexander. (1996). *How Critical is Ease of Use in Adopting an Information Technology*. An Empirical Study, Proceedings of the 3rd Symposium on Human Interaction with Complex Systems (HICS '96) © IEEE.
- Hubona, Geoffrey S.; Geitz, Sarah. (1997). *External Variables, Beliefs, Attitudes And Information Technology Usage Behavior*. Proceedings of The Thirtieth Annual Hawaii International Conference on System Sciences ISBN 0-8186-7862-3/97 IEEE.
- Kang, Sungmin. (1998). *Information Technology Acceptance: Evolving with the Changes in the Network Environment*. Center for Information Systems Management, Department of Management Science and Information Systems, 1060-3425/98, IEEE.
- Malhotra, Yogesh; Galletta, Dennis F. (1999). *Extending the Technology Acceptance Model to Account for Social Influence: Theoretical Bases and Empirical Validation*. Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences.
- Senn, James A. (1998). *Information Technology In Business: Principles, Practices and Opportunities*. New Jersey: Prentice-Hall, Second Edition.

- Succi, Melissa J.; Walter, Zhiping D. (1999). *Theory of User Acceptance of Information Technologies: An Examination of Health Care Professionals*. Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences.
- Sun, Heshan; Zhang ,Ping. (2006). *The Role of Moderating Factors in Usert Technology Acceptance*. School of Information Studies, Syracuse University, USA.
- Turban, Efraim; Mclean E.; Wetherbe J. (1999). *Information Technology for Management: Making Connections for Strategic Advantage*. New York: John Wiley dan Sons, Second Edition.
- Umarji, Medha; Emurian, Henry. (2005). *Acceptance Issues in Metrics Program Implementation*. 11th IEEE International Software Metrics Symposium (METRICS 2005) 1530-1435/ IEEE ©.
- Weber, Ron. (1999). *Information System Control And Audit*. Prentice Hall.
- Wijayanto, Arif. (2003). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Akuntan Publik Dalam Menerima Teknologi Informasi Dalam Proses Audit*. Skripsi S1, Fakultas Ekonomi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.