

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum UMKM di Kota Malang

UMKM merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian di Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi-potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat. (Anggraeni, 2011).

Potensi-potensi yang ada pada UMKM tersebut sangat beragam, mengingat UMKM merupakan salah satu bentuk industri kreatif, hal tersebut juga terlihat pada UMKM yang ada di Kota Malang yang memang mempunyai diversitas usaha yang banyak. UMKM di Kota Malang terbagi dalam beberapa sektor usaha seperti kerajinan, jasa, makanan olahan, konveksi, dan lain-lain. Namun seperti halnya UMKM yang ada di Indonesia pada umumnya kondisi UMKM di Kota Malang, tidak jauh berbeda dengan kondisi UMKM di kota-kota lain, yaitu suatu usaha yang sebagian besar tidak dikelola secara profesional, tanpa manajemen yang jelas dan hanya sekadar untuk menghidupi keluarga. Seharusnya UMKM ini dapat berkembang pesat bila dikelola secara profesional. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Kota Malang tersebar di 6 Kecamatan dengan jumlah UMKM yang terdata oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Malang tahun 2013 dapat dilihat dalam tabel dibawah:

Tabel 4.1
Penyebaran UMKM di Lima Kecamatan Kota Malang

No	Kecamatan	Jumlah
1	Kecamatan Blimbing	125
2	Kecamatan Lowokwaru	116
3	Kecamatan Sukun	106
4	Kecamatan Klojen	78
5	Kecamatan Kedungkandang	74
	Total	499

Sumber: Data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Malang

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa Kecamatan Blimbing memiliki jumlah UMKM paling banyak yaitu 125 UMKM, Kecamatan Lowokwaru 116 UMKM, Kecamatan Sukun 106 UMKM, Kecamatan Klojen 78 UMKM dan Kecamatan dengan jumlah UMKM paling sedikit adalah Kecamatan Kedungkandang, yaitu dengan 74 UMKM. Beberapa UMKM diatas merupakan UMKM yang bisa bertahan dari ancaman kebangkrutan, dimana pada 2013 lalu ratusan UMKM di Kota Malang Kolaps seperti yang dikemukakan oleh Surabaya Pos (16 Mei 2013), karena susahnya permodalan dan juga pemasaran yang kurang baik. Berikut akan dijelaskan mengenai beberpa aspek yang berpengaruh terhadap UMKM di Kota Malang, dengan berbagai permasalahan yang mengikutinya.

a) Aspek Pembinaan

Dari hasil penelitian yang dikemukakan Sukesu dalam jurnal tentang Evaluasi Permasalahan, Kebutuhan, Potensi dan Pembinaan Pengembangan Usaha Ekonomi Mikro Kecil dan Menengah di Kota Malang (2010), “ UMKM di Kota Malang, menunjukkan fenomena dari aspek umum pada UMKM di Kota Malang, terlihat memiliki beberapa karakteristik yaitu antara lain bahwa sebagian besar UMKM di Kota Malang mempunyai kelemahan dalam bidang kelembagaan dimana umumnya masih bersifat *home industry* yang tidak jelas struktur

organisasinya, pembagian tugasnya, serta wewenangnya.” Kesemrawutan seperti inilah yang kadangkala menjadi pangkal ketidakberhasilan perusahaan kecil seperti UMKM, dan jika ini dibiarkan berlarut-larut akan dapat berakibat lebih parah. UMKM, sebaiknya sejak awal sudah mengenal dan menerapkan prinsip keorganisasian, karena pada dasarnya, setiap organisasi betapapun kecilnya, termasuk UMKM, harus menjalankan prinsip-prinsip keorganisasian. Tidak perlu rumit, cukup yang sederhana agar mudah dilakukan penyesuaian-penyesuaian dengan keadaan yang baru. Yang penting, orang dalam organisasi harus tahu betul apa tugas, wewenang dan tanggung-jawabnya masing-masing.

Mengenai pembinaan, sebagian besar UMKM di Kota Malang belum banyak yang mendapat pembinaan dari instansi terkait. Di sinilah diharapkan peranserta pemerintah yang diwakili oleh Dinas Koperasi dan UMKM untuk mendongkrak kreatifitas yang dimiliki oleh pengusaha kecil ini untuk dapat menggali kemampuan dirinya agar mampu bersaing dalam industri kreatif ini. Pembinaan yang belum bisa dinikmati seluruhnya oleh pengusaha UMKM memberi kesan bahwa program pengembangan UMKM belum cukup kuat dalam merespon keinginan pelaku UMKM untuk lebih mengembangkan usaha yang digelutinya. Pembinaan ini sendiri bertujuan agar UMKM menjadi tangguh, mandiri, dan juga dapat berkembang menjadi Usaha besar yang mampu bersaing dalam perekonomian.

b) Aspek Permodalan

Dari aspek modal, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Malang pada umumnya mengandalkan pada modal sendiri dalam menjalankan

usahanya, dan terkadang mereka terjebak dengan keterikatan rentenir mengingat masih rendahnya aksesibilitas terhadap sumber-sumber pembiayaan formal. Untuk Menghindari hal tersebut Pemerintah Kota Malang membentuk Satgas UMKM yang bertugas sebagai fasilitator, Para pelaku usaha UMKM bisa mendapatkan pinjaman modal dari bank dengan lebih mudah (Nefosnews,2013). Selain itu Mengenai pemberian akses terhadap sumber-sumber pendanaan, Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang telah memberikan akses bagi masyarakat terhadap modal awal. Kucuran dana yang diberikan bersumber dari pemerintah pusat (Kementerian Koperasi dan UKM) dan pemerintah provinsi Jawa Timur. Dari pemerintah pusat bantuan diberikan melalui LPDB (Lembaga Pengelola Dana Bergulir). Dana tersebut di-bagikan kepada koperasi bagi para pengusaha UMKM yang akan melakukan pinjaman modal.

c) Aspek Produksi

Kondisi aspek produksi juga harus menjadi perhatian, karena memberikan dampak yang cukup besar dalam proses produksi. Aspek produksi pada UMKM di Kota Malang meliputi volume produksi dan biaya produksi. Volume produksi UMKM di Kota Malang, sebagian besar masih tergantung pada pesanan. Tentu saja hal ini sangat besar pengaruhnya pada kemajuan usaha tersebut. Suatu usaha yang memproduksi dengan hanya mengandalkan pesanan, maka usaha tersebut tidak akan mampu berkembang dan bersaing dibandingkan dengan usaha lain. Sedangkan biaya produksi yang dibutuhkan dalam suatu produksi tergantung pada besarnya volume produksi dan besarnya pun tidak tetap tergantung pada banyak sedikitnya pesanan, bila pesanan banyak maka biaya produksi pun juga akan

bertambah. Dari aspek produksi pada UMKM di Kota Malang, terlihat memiliki kelemahan yaitu bahwa teknologi yang dipakai dalam proses produksi umumnya masih bersifat tradisional walaupun juga sudah cukup banyak yang menggunakan teknologi semi modern. Kalau hal ini tetap dibiarkan akan mempengaruhi terhadap perkembangan UMKM tersebut untuk bersaing dengan industri yang lain yang sudah menggunakan teknologi modern. Keterbelakangan teknologi ini bukan hanya membuat rendahnya seluruh faktor produksi dan efisiensi dalam proses produksi, tetapi juga rendahnya kualitas produk yang dibuat. Pada era mendatang, keunggulan komperatif bagi suatu UMKM bukan hanya pada tersedianya bahan baku dan SDM yang murah, tetapi keunggulan kompetitif pada teknologi dan SDM yang handal. Secara spesifik, pembinaan dan pengembangan yang perlu diperhatikan dalam bidang teknologi pada UMKM di Kota Malang oleh pihak terkait adalah:

- a. Perbaikan, inovasi dan alih teknologi
- b. Pengadaan sarana dan prasarana produksi sebagai percontohan
- c. Perbaikan produksi dan kontrol kualitas
- d. Pengembangan desain dan rekayasa produksi

d) Aspek Pemasaran

Berdasarkan survey yang dilakukan Sukesu dalam jurnal tentang Evaluasi Permasalahan, Kebutuhan, Potensi dan Pembinaan Pengembangan Usaha Ekonomi Mikro Kecil dan Menengah di Kota Malang (2010) , Aspek Pemasaran pada UMKM di Kota Malang, pada umumnya UMKM memiliki lingkup daerah pemasaran yang sempit, yaitu daerah pemasaran dalam dan luar kota, sedangkan

daerah pemasaran ekspor belum menjadi sasaran utamanya, padahal bila jeli dalam menangkap peluang pasar, maka UMKM bisa menjadikan perbedaan komoditi dalam suatu daerah/negara untuk memasukkan komoditinya ke daerah/negara yang membutuhkan, sehingga terjadi hubungan timbal balik satu sama lain, yang pastinya akan mendatangkan profit bagi UMKM itu sendiri dan devisa bagi negara.

Maka dalam hal ini tugas pemerintahlah yang harus memberikan bantuan informasi tentang peluang pasar terutama peluang ekspor, dan ini juga terkait dengan rencana pasar yang dibidik. Pada umumnya UMKM di Kota Malang hanya membidik lingkup daerah pemasaran yang sempit, yaitu daerah pemasaran lokal sedangkan daerah pemasaran luar kota dan ekspor belum menjadi sasaran utamanya. Walaupun begitu, mereka juga banyak yang berkeinginan untuk membidik pasar diluar daerahnya tetapi mereka tidak berani mengambil peluang untuk memasarkan produknya ke luar daerah bahkan untuk ekspor.

Adapun tentang teknik pemasaran, banyak pengusaha UMKM di Kota Malang yang memasarkan produknya berdasarkan pesanan dan langsung pada konsumen. Hal ini tidak terlepas dari karakter pengusaha UMKM yang mengelola pemasaran usahanya dengan mengandalkan kebiasaan-kebiasaan yang telah berlaku saja. Di masa lalu hal ini dapat dijalankan karena masih langkanya proses produksi. Tetapi dengan kondisi persaingan yang makin tajam seperti saat sekarang ini, semua keputusan pemasaran harus didasarkan atas fakta-fakta yang nyata dan data-data yang memadai. Ini merupakan prinsip pengusahaan ilmiah. Unsur-unsur kebiasaan dan pengusahaan berdasarkan perkiraan yang bersifat

naluriyah sudah tidak mencukupi lagi untuk saat ini Pimpinan perusahaan harus senantiasa memantau dan mengelola pemasaran usahanya secara terus menerus. Bagaimana sistem pemasarannya, distribusi, penentuan harga, kemasan produk, cara penawaran dan pembayaran serta promosi merupakan sasaran perusahaan pemasaran yang harus terus menerus diperhatikan. Dalam geraknya, sistem pemasaran hendaknya menyusun program yang efektif berdasarkan situasi pasar yang berlaku yang sebelumnya telah diteliti

Dalam aspek promosi, sebagian besar UMKM di Kota Malang tidak melakukan promosi. Kebanyakan UMKM enggan melakukan promosi ala perusahaan besar. Akibatnya, hasil usahanya kurang dikenal masyarakat luas sehingga kurang berkembang. Sementara itu, para pesaing makin getol berpromosi dengan terarah dan intensif. Akibatnya omset penjualan makin menurun, merugi dan salah-salah dapat gulung tikar karena kalah bersaing. Dalam persaingan yang kian keras ini, promosi nampaknya sudah menjadi keharusan.

Promosi merupakan suatu kegiatan untuk memperkenalkan kebaikan, manfaat, harga yang murah dan sebagainya kepada calon konsumen. Promosi secara tidak langsung membujuk dan merangsang calon konsumen untuk mengenal, berminat dan akhirnya sampai pada keputusan untuk membeli. Promosi hendaknya dilakukan secara terus menerus meskipun produk sudah laku dan dibeli orang. Dalam hal ini promosi bertujuan mempertahankan pelanggan agar tetap membeli dan bahkan membeli lebih banyak, serta berusaha menambah jumlah pelanggan. Satu hal yang perlu diperhatikan, bagaimana pun cara promosi dilakukan, yang penting harus jujur, terbuka dan mudah dimengerti sehingga

orang merasa senang dan tidak kecewa. Disamping itu, perlu juga dilakukan pembaharuan dalam promosi terutama dicari bentuk-bentuk yang belum pernah dilakukan perusahaan lain. Seorang pengusaha yang kreatif akan selalu berusaha dan menemukan cara-cara baru tersebut.

Sedangkan mengenai jaringan distribusi pada UMKM di Kota Malang, pada umumnya mereka tidak memiliki. Padahal agar produk sampai kepada konsumen dengan cepat, jaringan distribusi ini sangat diperlukan. Namun demikian, jaringan distribusi ini hendaknya cukup sederhana, tidak terlalu panjang dan tidak terlalu banyak melibatkan lembaga pemasaran (pedagang besar, tengkulak, pengecer dan sebagainya). Semakin panjang jalur yang ditempuh berarti akan menambah biaya yang memungkinkan makin tingginya harga dan mengurangi laba. Perlu diingat bahwa untuk setiap kelembagaan pemasaran akan memerlukan ongkos, baik untuk angkutan, penyimpanan, potongan harga maupun komisi bagi para penyalur. Hal ini berarti menambah biaya pemasaran dan rentetannya akan dibebankan kepada konsumen dengan harga yang menjadi lebih tinggi. Dari penjelasan tentang seluruh unsur dalam aspek pemasaran di atas, secara spesifik pembinaan dan pengembangan yang perlu diperhatikan dalam bidang pemasaran bagi UMKM di Kota Malang adalah:

- a. Memberikan bantuan tentang akses pasar dan informasi pasar
- b. Mengembangkan jaringan usaha di daerah-daerah lain (luar kota atau ekspor)
- c. Membantu melakukan identifikasi pasar dan perilaku konsumen
- d. Membantu meningkatkan mutu produk dan kualitas kemasan.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Statistik Deskriptif Responden

Penelitian ini menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner kepada beberapa UMKM secara acak dikota Malang. Ada sekitar 500 UMKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM kota Malang. Dari populasi tersebut diambil sampel 50 UMKM dari berbagai sektor usaha. Berikut merupakan data penyebaran kuesioner yang telah dianalisa,:

Tabel 4.2
Data Analisa Responden

Data Kuesioner	Jumlah	Response Rate
Kusioner Disebar	50	100
Kuesioner Tidak kembali	3	6
Kuesioner Tidak lengkap	5	10
Hilang	1	2
Kuesioner yang bisa diolah	41	82

Sumber: Data Primer Diolah, 2014

Karakteristik responden dilihat berdasarkan jenis kepemilikan, lama usaha dan omset penjualan per tahun.

a. Data Responden Berdasarkan Jenis Kepemilikan

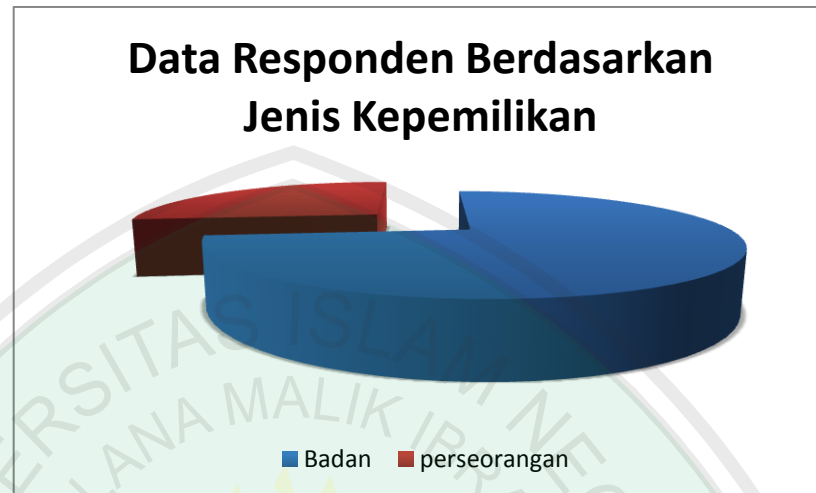
Data responden berdasarkan jenis kepemilikan pada penelitian ini menunjukkan bahwa sebanyak 11 (27%) responden memiliki jenis kepemilikan perseorangan dan sebanyak 30 (73%) responden mempunyai jenis kepemilikan badan, untuk lebih memudahkan ilustrasi tampak pada tabel 4.3 dan grafik 4.1

Tabel 4.3
Data Responden Berdasarkan Jenis Kepemilikan

No	Jenis Kepemilikan	Jumlah	Prosentase
1	Badan	30	73
2	perseorangan	11	27
	Total	41	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2014

Grafik 4.1



Sumber: Data primer diolah, 2014

b. Data Responden Berdasarkan Lama Usaha

Data responden berdasarkan jenis kepemilikan pada penelitian ini menunjukkan bahwa sebanyak 14 (34%) responden telah memiliki usaha memiliki selama 1-5 tahun. Selain itu, sebanyak 11 (27%) telah memiliki usaha selama 6-10 Tahun dan sebanyak 16 (39%) responden telah memiliki usaha >10 Tahun, untuk lebih memudahkan penjabaran tersebut tampak pada ilustrasi tabel 4.4 dan grafik 4.2

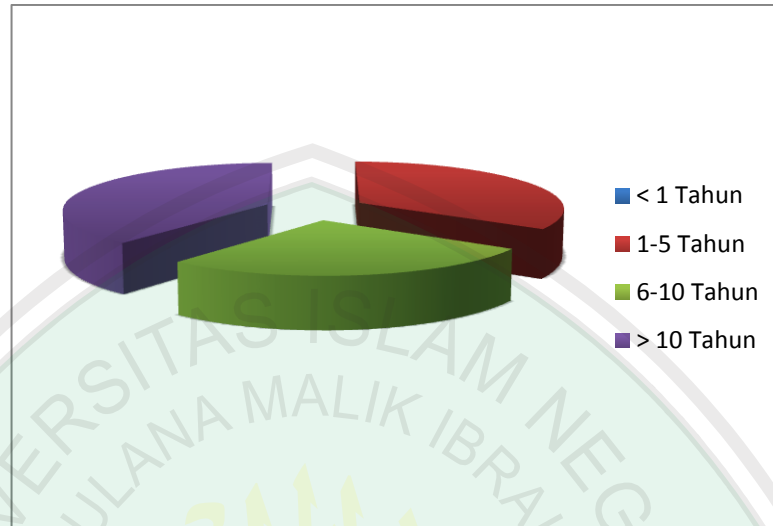
Tabel 4.4

Data Responden Berdasarkan Lama Usaha

No	Lama Usaha	Jumlah	Prosentase
1	< 1 Tahun	0	0
2	1-5 Tahun	14	34
3	6-10 Tahun	11	27
4	> 10 Tahun	16	39
	Total	41	100

Sumber: Data Primer diolah, 2014

Grafik 4.2
Data Responden Berdasarkan Lama Usaha



Sumber: Data Primer diolah, 2014

c. Data Responden Berdasarkan Omset Penjualan per Tahun

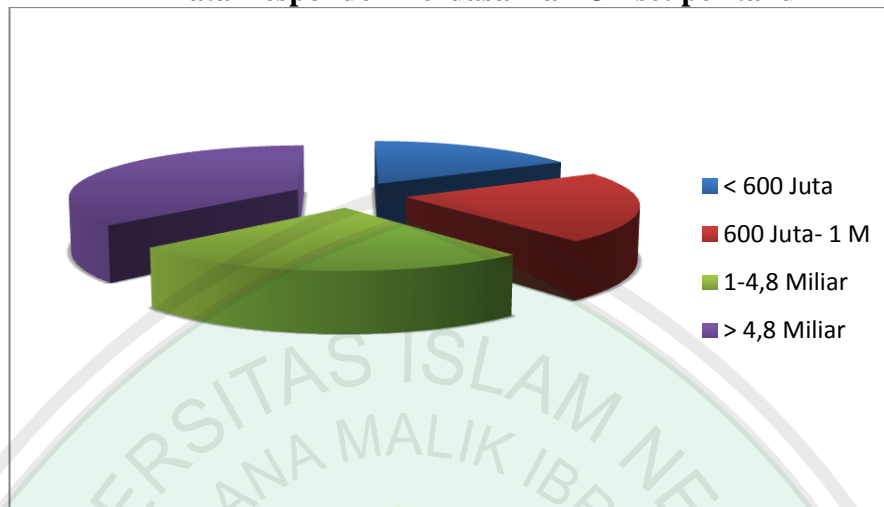
Data responden berdasarkan omset penjualannya pada penelitian ini menunjukkan bahwa sebanyak 7 (17%) responden memiliki omset <600 juta, sebanyak 9(22%) responden memiliki omset 600 juta-1 Miliar, selanjutnya, sebanyak 10(24%) responden memiliki omset tahunan sebanyak 1-4,8 Miliar, dan sebanyak 15(37%) responden memiliki omset tahunan >10 Miliar. Data tersebut tampak pada tabel 4.5 dan grafik 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Data Responden Berdasarkan Omset per tahun

No	Omset	Jumlah	Prosentase
1	< 600 Juta	7	17
2	600 Juta- 1 M	9	22
3	1-4,8 Miliar	10	24
4	> 4,8 Miliar	15	37
	Total	41	100

Sumber: Data primer diolah, 2014

Grafik 4.3
Data Responden Berdasarkan Omset per tahun



Sumber: Data Primer diolah, 2014

4.2.2 Analisis Data

4.2.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

A. Uji Validitas

Pengujian validitas dari instrumen penelitian dilakukan pada 20 Responden UMKM secara acak. Analisa pengujian dilakukan dengan menghitung angka korelasional atau r hitung dari nilai jawaban tiap responden untuk tiap butir pertanyaan, kemudian dibandingkan dengan r tabel. Nilai r tabel 0,260, didapat dari jumlah kasus – 2, atau $41 - 2 = 39$, tingkat signifikansi 5%, maka didapat r tabel 0,260. Menurut Imam Gozali (2011:49), setiap butir pertanyaan dikatakan valid bila angka korelasional yang diperoleh dari perhitungan lebih besar atau sama dengan r tabel.

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel Sistem Administrasi Pajak

Pertanyaan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Kriteria
SAP1	0,568	0,260	Valid
SAP2	0,513	0,260	Valid
SAP3	0,318	0,260	Valid
SAP4	0,600	0,260	Valid

Sumber: Data Primer diolah, lampiran 3

Tabel 4.6 menunjukkan variabel Modernisasi Sistem Administrasi Pajak mempunyai kriteria valid untuk semua item pertanyaan dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Berikut tabel 4.7 menjelaskan hasil uji validitas Variabel Pemahaman Akuntansi Pajak

Tabel 4.7
Uji Validitas Pemahaman Akuntansi Pajak

Pertanyaan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Kriteria
PAP1	0,540	0,260	Valid
PAP2	0,359	0,260	Valid
PAP3	0,401	0,260	Valid

Sumber: Data Primer diolah, lampiran 3

Tabel 4.7 menunjukkan variabel Pemahaman Akuntansi perpajakan mempunyai kriteria valid untuk semua item pertanyaan dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Berikut tabel 4.8 menjelaskan hasil uji validitas variabel *Taxpayers Rights*

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel *Taxpayer's Rights*

Pertanyaan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Kriteria
TR1	0,592	0,260	Valid
TR2	0,719	0,260	Valid
TR3	0,676	0,260	Valid
TR4	0,673	0,260	Valid
TR5	0,676	0,260	Valid
TR6	0,681	0,260	Valid
TR7	0,784	0,260	Valid
TR8	0,652	0,260	Valid

Sumber: Data Primer diolah, lampiran 3

Tabel 4.8 menunjukkan variabel *Taxpayer's Rights*, mempunyai kriteria valid untuk semua item pertanyaan dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Berikut tabel 4.9 menjelaskan hasil uji validitas variabel Keadilan Pajak wajib pajak.

Tabel 4.9
Uji Validitas Variabel Keadilan Pajak(X3)

Pertanyaan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Kriteria
KP1	0,619	0,260	Valid
KP2	0,683	0,260	Valid
KP3	0,727	0,260	Valid
KP4	0,620	0,260	Valid
KP5	0,727	0,260	Valid
KP6	0,722	0,260	Valid
KP7	0,721	0,260	Valid
KP8	0,707	0,260	Valid
KP9	0,748	0,260	Valid
KP10	0,500	0,260	Valid

Data Primer diolah, lampiran 3

Tabel 4.9 menunjukkan variabel Keadilan Pajak, mempunyai kriteria valid untuk semua item pertanyaan dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Berikut tabel 4.10 menjelaskan hasil uji validitas Kepercayaan Wajib Pajak Muslim.

Tabel 4.10 Uji Validitas
Variabel Kepercayaan Wajib Pajak Muslim (X5)

Pertanyaan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Kriteria
KWPM1	0,662	0,260	Valid
KWPM2	0,819	0,260	Valid
KWPM3	0,749	0,260	Valid
KWPM4	0,753	0,260	Valid
KWPM5	0,650	0,260	Valid
KWPM6	0,467	0,260	Valid

Data Primer diolah, lampiran 3

Tabel 4.10 menunjukkan variabel Kepercayaan Wajib Pajak Muslim, mempunyai kriteria valid untuk semua item pertanyaan dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel. .

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas hanya dapat dilakukan setelah suatu instrumen telah dipastikan validitasnya. Pengujian reliabilitas ini untuk menunjukan tingkat reliabilitas konsistensi internal teknik yang digunakan adalah dengan mengukur

koefisien *Cronbach' Alpha* dengan bantuan program SPSS 16. Nilai alpha bervariasi dari 0 – 1, suatu pertanyaan dapat dikategorikan *reliable* jika nilai alpha lebih besar dari 0.60.

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach' Alpha</i>	<i>N of items</i>
Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan	0,710	4
Pemahaman Akuntansi Perpajakan	0,617	3
Taxpayers Rights	0,896	8
Keadilan Pajak	0,912	10
Kepercayaan Wajib Pajak Muslim	0,875	6
TOTAL		31

Sumber: Data Primer diolah, lampiran 3

Berdasarkan data pada tabel di atas yang terdiri dari seluruh variabel penelitian masing-masing memiliki nilai *cronbach alpha* 0.710, 0.617, 0.896, 0.912, dan 0.875. Menurut Imam Gozali (2011:49), semua instrumen dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach alpha* lebih dari 0.60. Karena semua butir pertanyaan sudah reliabel, kesimpulannya instrumen penelitian ini bisa digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama dan akan menghasilkan data yang sama pula (konsisten).

4.2.3 Analisis Faktor

Analisis faktor dalam penelitian ini menggunakan metode *Kaiser – Meiyer - Olkin* (KMO) yang nilainya lebih dari (0,5) dan metode pengukuran *Measure of Sampling Adequacy* (MSA). Adapun proses seleksi variabel dalam penelitian ini adalah:

a. Uji *Kaiser – Meiyer - Olkin* (KMO) dan Barlette's Test

Uji KMO dilakukan untuk mengetahui apakah faktor-faktor dalam penelitian valid atau tidak. Menurut Imam Gozali (2009:307), angka KMO dan Barlette's Test harus di atas (0,5). Ketentuan tersebut didasarkan pada kriteria:

- 1) Jika probabilitas (sig) < 0,05 maka variabel penelitian tidak dapat dianalisis lebih lanjut.
- 2) Jika probabilitas (sig) > 0,05 maka variabel penelitian dapat dianalisis lebih lanjut.

b. *Anti Image Matrics*

Menurut Imam Gozali (2011:304), untuk melihat variabel-variabel mana yang layak untuk dibuat analisis faktor serta untuk mengetahui faktor-faktor yang dijadikan sebagai faktor analisis mempunyai korelasi yang kuat atau tidak dengan nilai lebih besar atau sama dengan (0,5). Jika nilainya lebih besar atau sama dengan (0,5) maka semua faktor pembentuk variabel tersebut telah valid dan tidak ada faktor yang direduksi. Pada bagian *Anti-image Correlation* yang pertama kali harus dikeluarkan adalah variabel yang memiliki nilai MSA paling kecil dan kurang dari (0,5). Besarnya angka MSA berkisar antara 0 dan 1 dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) MSA =1, item tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh item lain.
- 2) MSA > 0,5, item masih bisa diprediksi dan dianalisis lebih lanjut
- 3) MSA < 0,5, item tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut.

c. *Eigenvalue*

Eigenvalue digunakan untuk menganalisis layak suatu faktor baru. Syarat layak menjadi suatu faktor baru adalah *eigenvalue* lebih besar atau sama dengan 1, sedangkan apabila terdapat faktor yang memiliki *eigenvalue* kurang dari 1 maka faktor tersebut akan dikeluarkan atau tidak digunakan.

d. *Kumulatif Varians*

Nilai *Kumulatif Varians* menunjukkan besarnya tingkat keterwakilan faktor baru yang terbentuk terhadap faktor awal atau semula. Syaratnya apabila faktor baru yang terbentuk mampu mewakili faktor awal atau semula maka nilai kumulatif varians $> 60\%$.

e. *Nilai loading*

Nilai *loading* bertujuan untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu varian masuk ke dalam faktor baru. Nilai *loading* ini dapat dilihat dari *eigenvalue*, jika *eigenvalue* lebih dari 1 maka suatu varians layak masuk ke dalam faktor baru. Dalam penelitian ini tahap pertama pada analisis faktor adalah menilai 31 pernyataan yang akan membentuk lima variabel independen.

Data ini diolah dengan alat bantu *software* SPSS 16.0. Ketiga puluh satu variabel yang telah dianggap valid dan reliabel, kemudian dimasukkan ke dalam analisis faktor untuk diuji apakah nilainya lebih besar dari nilai KMO dan *Barlett's Test* yang di atas 0,5, hal ini merupakan tahap awal dalam analisis faktor. Berikut ini adalah tahap-tahap analisis faktor pada penelitian ini;

Tahap 1

Tahap awal dalam analisis faktor adalah Uji KMO dan Bartlett's test dilakukan untuk mengetahui apakah faktor-faktor dalam penelitian valid atau tidak, pada tahap ini angka KMO dan Bartlett's Test harus di atas (0,5)

Tabel 4.12
Hasil KMO dan Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.595
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	804.982
	df	465
	Sig.	.000

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Lampiran 4

Angka KMO dan Bartlett test adalah 0.595 dengan nilai signifikansi 0.00, karena angka tersebut sudah diatas 0,5 dan signifikansi jauh dibawah 0.05 ($0.00 < 0.05$), maka variabel dan sampel yang ada sebenarnya sudah bisa dianalisis dengan menggunakan analisis faktor. Selain melihat hasil KMO dan Bartlett's test pada tahap pertama ini, juga harus dilihat hasil MSA (*Measure of Sampling Adequacy*). Berikut merupakan hasil MSA dari penelitian yang dilakukan:

Kriteria angka MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) berkisar 0 sampai 1, dengan kriteria:

- MSA=1, variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lain
- MSA>0,5, variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
- MSA<0,5, variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut, atau dikeluarkan dari variabel lainnya

Tabel 4.13
Hasil Pengujian MSA (*Measure of Sampling Adequacy*)

No	Variabel	Nilai MSA
1	X1	529
2	X2	539
3	X3	612
4	X4	246
5	X5	558
6	X6	202
7	X7	607
8	X8	507
9	X9	531
10	X10	537
11	X11	304
12	X12	535
13	X13	381
14	X14	535
15	X15	526
16	X16	334
17	X17	397
18	X18	230
19	X19	269
20	X20	465
21	X21	502
22	X22	334
23	X23	471
24	X24	503
25	X25	289
26	X26	292
27	X27	519
28	X28	303
29	X29	584
30	X30	307
31	X31	493

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, Lampiran 4

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas dapat dilihat ada 16 faktor yang tidak memenuhi batas 0.5, untuk itu ke-16 faktor tersebut akan dikeluarkan dari matriks dan pengujian akan diulang lagi. Akan tetapi dalam ke-16 faktor tersebut ada 3 faktor yang bisa dimasukkan dalam matriks untuk dilakukan pengujian ulang, ke tiga faktor tersebut antara lain faktor ke 20,23 dan faktor ke-31, hal

tersebut dilakukan dengan pertimbangan ketiga faktor tersebut mempunyai nilai MSA sebesar 0.465, 0.471 dan 0.493 yang apabila dilakukan pembulatan atas nilai tersebut, maka akan dihasilkan nilai 0.5, sehingga bisa dimasukkan dalam pengujian ulang. Berikut merupakan hasil pengujian KMO dan Barlett Test dan MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) setelah dilakukan pengujian ulang.

Tabel 4.14
Hasil Uji KMO dan Barlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.643
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	302.588
	df	153
	Sig.	.000

Sumber: Hasil Data SPSS, Lampiran 4

dari hasil pengujian ulang tersebut, terlihat angka KMO dan Barlett's Test adalah 0.643 dengan signifikansi jauh dibawah 0.05 ($0.00 < 0.05$), maka variabel yang ada masih bisa dianalisis lebih lanjut, selanjutnya berikut merupakan hasil pengujian ulang MSA (*Measures of Sampling Adequacy*);

Tabel 4.15
Hasil Pengujian ulang MSA(*Measures of Sampling Adequacy*)

No	Variabel	Nilai MSA
1	X1	634
2	X2	647
3	X3	569
4	X5	655
5	X7	679
6	X8	670
7	X9	750
8	X10	627

Tabel 4.15
Hasil Pengujian ulang MSA(Lanjutan)

No	Variabel	Nilai MSA
9	X12	698
10	X14	654
11	X15	678
12	X20	676
13	X21	565
14	X23	613
15	X24	726
16	X27	250
17	X29	650
18	X31	537

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, Lampiran 4

Dari hasil pengujian ulang diatas terlihat hasil MSA variabel X27 mempunyai nilai sebesar 0.250, atau dibawah 0.5, dan variabel tersebut harus dikeluarkan dari matriks dan dilakukan pengujian ulang, sehingga semua variabel bisa dilakukan analisis lebih lanjut. Hasil pengujian ulang tahap kedua adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Pengujian Ulang KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.671
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	283.859
	df
	136
	Sig.
	.000

Sumber: Hasil Pengujian SPSS, Lampiran 4

dari hasil pengujian ulang tersebut, terlihat angka KMO dan Bartlett's Test adalah 0.671 dengan signifikansi jauh dibawah 0.05 ($0.00 < 0.05$), maka variabel yang ada masih bisa dianalisis lebih lanjut, selanjutnya berikut merupakan hasil pengujian ulang MSA (*Measures of Sampling Adequacy*);

Tabel 4.17
Hasil Pengujian ulang MSA(Measures of Sampling Adequacy)

No	Variabel	Nilai MSA
1	X1	626
2	X2	735
3	X3	647
4	X5	644
5	X7	665
6	X8	713
7	X9	738
8	X10	641
9	X12	698
10	X14	663
11	X15	716
12	X20	616
13	X21	568
14	X23	647
15	X24	704
16	X29	702
17	X31	510

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, Lampiran 4

Setelah semua variabel yang tidak memenuhi kriteria > 0.5 tidak dimasukkan dalam penelitian, hasil diatas menunjukkan semua MSA di atas 0.5 dan bisa dianalisis lebih lanjut.

Tahap 2

Analisis *communalities*, analisis ini pada dasarnya adalah jumlah varians (bisa dalam presentase) dari suatu variabel mula-mula yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. persyaratan nilai *communalities* sendiri adalah lebih besar dari 0,5 (Santoso,2011:82). Berikut adalah hasil analisis *communalities* dari 17 variabel yang tersisa dan bisa dilakukan pengujian lebih lanjut,

Tabel 4.18
Hasil Analisis Communalities

	Initial	Extraction
X1	1.000	.705
X2	1.000	.670
X3	1.000	.761
X5	1.000	.687
X7	1.000	.768
X8	1.000	.666
X9	1.000	.679
X10	1.000	.578
X12	1.000	.747
X14	1.000	.801
X15	1.000	.666
X20	1.000	.716
X21	1.000	.673
X23	1.000	.809
X24	1.000	.507
X29	1.000	.520
X31	1.000	.723

sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Lampiran 4

Dari tabel communalities diatas dapat diketahui bahwa ketujuh belas (17) variabel tersebut memiliki nilai komunal diatas 0.5, sehingga semua variabel tersebut bisa diuji menggunakan analisis faktor lebih lanjut. Selanjutnya berdasarkan tabel diatas bisa kita ketahui nilai untuk variabel X1 adalah 0.705, hal ini berarti 70.5% dari variasi besaran variabel X1 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Begitupula penjelasan untuk nilai dari variabel-variabel selanjutnya. Dengan ketentuan bahwa semakin besar nilai communalities sebuah variabel, berarti semakin erat hubungannya dengan variabel yang terbentuk (Santoso, 2011:82).

Tahap 3

Proses selanjutnya dari analisis faktor adalah melakukan pengujian *Total Variance Explained*. Menurut Santoso (2011 :85), menjelaskan bahwa tabel *Total Variance Explained* menggambarkan jumlah faktor yang terbentuk. Untuk menentukan faktor yang terbentuk. Maka harus dilihat nilai *eigenvaluenya* harus berada di atas satu (1). Jika sudah berada di bawah satu (1) maka sudah tidak terdapat faktor yang terbentuk. *Eigenvalue* menunjukkan kepentingan relatif masing-masing faktor dalam menghitung varians dari total variabel yang ada. Jumlah angka *eigenvalue* susunanya selalu diurutkan pada nilai yang terbesar sampai yang terkecil. Berikut merupakan tabel hasil uji *total variance explained* dari penelitian ini,

Tabel 4.19
Hasil Uji Total Variance Explained

Compo nent	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.821	28.357	28.357	4.821	28.357	28.357	2.929	17.231	17.231
2	2.463	14.487	42.844	2.463	14.487	42.844	2.545	14.972	32.203
3	1.903	11.192	54.037	1.903	11.192	54.037	2.545	14.971	47.174
4	1.266	7.450	61.486	1.266	7.450	61.486	1.993	11.723	58.897
5	1.224	7.202	68.688	1.224	7.202	68.688	1.664	9.791	68.688
6	.959	5.643	74.331						
7	.772	4.543	78.874						
8	.711	4.180	83.054						
9	.582	3.422	86.476						
10	.505	2.970	89.446						
11	.396	2.331	91.778						
12	.340	2.000	93.778						
13	.326	1.919	95.697						
14	.253	1.486	97.183						
15	.236	1.387	98.570						
16	.128	.752	99.323						
17	.115	.677	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, Lampiran 4

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya Untuk menentukan faktor yang terbentuk. Maka harus dilihat nilai *eigenvaluenya* harus berada di atas satu (1). Jika sudah berada di bawah satu (1) maka sudah tidak terdapat faktor yang terbentuk, dari tabel diatas dapat kita ketahui bahwa ada 5 faktor yang terbentuk, karena dengan 1 sampai 5 faktor angka *eigenvalues* masih diatas 1 yaitu 1.224. Namun untuk 6 faktor angka *eigenvalues* sudah dibawah 1, yaitu 0.959, sehingga

proses *factoring* berhenti pada 5 faktor saja. Sampai pada proses ini, terlihat dari tujuh belas variabel yang dimasukkan ke dalam analisis faktor terbentuk lima faktor. Hal ini menunjukkan ada pengelompokan sejumlah variabel ke faktor tertentu, karena ada kesamaan ciri variabel-variabel tertentu.

Jumlah faktor pada analisis faktor ini ditentukan berdasarkan nilai proporsi kumulatif. Bila nilai proporsi kumulatifnya berkisar antara 60% -70%, maka komponen tersebut dapat dipilih sebagai komponen atau faktor utamanya.

Berdasarkan ketentuan tersebut maka terdapat lima komponen utama yang mempunyai proporsi kumulatifnya berkisar antara 60% - 70%. Sehingga kelima komponen utama tersebut merupakan ringkasan informasi terbaik dari sejumlah item yang dianalisis. Pada tabel di atas dapat dijelaskan terbentuknya lima faktor setelah terjadi penyederhanaan dari beberapa item aslinya.

Faktor pertama dengan proporsi kumulatif berkisar antara 60% - 70% mampu menjelaskan 28,357% dari keragaman total item-item penelitian, pada faktor kedua dapat menjelaskan 14,487 % dari keragaman total, sedangkan faktor ketiga dapat menjelaskan 11,192%, faktor keempat dapat menjelaskan 7,450% dari keragaman total, dan faktor selanjutnya yaitu faktor kelima dapat menjelaskan 7,202%. Jadi kumulatif kelima faktor yang terbentuk dapat menerangkan sebesar 68,688% dari total keragaman item-item penelitian.

Tahap 4

Tahapan selanjutnya adalah menentukan item-item yang dominan pada setiap komponen tersebut. Hal ini dapat dilihat dari tabel *Component Matrix* yang menunjukkan distribusi item penelitian kelima faktor yang terbentuk. *Component*

Matrix terdiri dari item awal terhadap faktor yang terbentuk. Dengan melihat faktor pembobot dapat ditentukan suatu item masuk ke faktor mana dengan melihat besarnya faktor pembobot pada setiap item terhadap lima *Matrix* dari faktor terbentuk:

Tabel 4.20
Hasil Uji Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
X1	.579	-.085	-.250	.072	.544
X2	.540	-.065	-.028	.133	.596
X3	.528	-.246	-.147	-.632	.019
X5	.579	-.036	-.545	-.027	-.230
X7	.610	-.009	-.386	.129	-.480
X8	.772	.164	.076	-.191	-.030
X9	.795	.166	-.097	.057	.087
X10	.542	-.501	-.110	-.140	-.025
X12	.716	.161	.380	-.068	-.242
X14	.693	-.337	.437	.043	-.120
X15	.482	-.443	.472	.116	.046
X20	.314	.683	.243	-.284	.108
X21	.138	.740	.072	.028	.318
X23	.219	.805	.169	-.097	-.274
X24	.239	.223	-.264	.564	-.112
X29	.481	.112	-.133	.508	-.006
X31	.087	-.155	.779	.282	-.074

Sumber: Hasil Pengolahan data SPSS, Lampiran 4

Pada awalnya, ekstraksi tersebut masih sulit untuk menentukan item dominan yang termasuk dalam faktor karena nilai korelasi yang hampir sama dari beberapa item. Untuk mengatasi hal tersebut, maka dilakukan rotasi yang mampu

menjelaskan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata, dibawah ini merupakan tabel yang menunjukkan hasil rotasi untuk memperjelas posisis sebuah variabel pada sebuah faktor

Tabel 4.21
Hasil Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
X1	.254	.025	.014	.787	.145
X2	.080	.178	.066	.784	.111
X3	.254	.097	.037	.723	-.403
X5	-.403	-.122	-.011	.146	.726
X7	.353	.074	.023	-.071	.702
X8	.536	.332	.427	.282	.078
X9	.470	.230	.334	.440	.317
X10	.565	.308	-.292	.278	-.041
X12	.602	.397	.457	.037	.127
X14	.802	.350	-.002	.180	.053
X15	.754	.119	-.161	.239	-.019
X20	.055	.044	.830	.112	-.098
X21	-.215	-.169	.717	.260	.130
X23	.073	-.007	.842	-.249	.179
X24	.027	-.059	.703	.073	.063
X29	.131	.633	.081	.261	.167
X31	-.350	.767	.025	-.106	.013

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

Sumber : Hasil Penolahan data SPSS, Lampiran 4

Dalam penelitian ini rotasi yang dipakai adalah dengan metode varimax. Mekanisme rotasi varimax adalah dengan membuat korelasi item hanya dominan terhadap satu faktor. Caranya dengan membuat korelasi item mendekati nilai

mutlak 1 dan 0 pada setiap faktor, sehingga memudahkan dalam interpretasi item dominan. Dapat dilihat bahwa setelah rotasi. Kita dapat lebih mudah menentukan ke faktor satu, faktor dua atau faktor tiga dan faktor-faktor selanjutnya hingga faktor kelima. Dari hasil tabel diatas dapat dijabarkan penyebaran faktor-faktor yang ada sebagai berikut:

- FAKTOR 1: Terdiri atas enam faktor antara lain dua faktor pertama berasal dari faktor hak atas pengembalian kelebihan pembayaran pajak dengan nilai *loading* 0.536 dan 0.470. selanjutnya berasal dari faktor Hak atas kerahasiaan Wajib Pajak (WP) dengan nilai *loading* 0.565, variabel selanjutnya berasal dari Hak atas pengangsuran pembayaran pajak dengan nilai *loading* sebesar 0.602. dua faktor terakhir yang ada pada faktor 1 antara lain faktor pengetahuan terhadap permohonan pembebasan atau pemotongan pajak, sedangkan faktor yang terakhir berasal dari faktor kondisi Wajib Pajak atas Hak atas pembebasan / pemotongan pajak tersebut. Sehingga jika akan diberi nama FAKTOR *TAXPAYER'S RIGHTS*.
- FAKTOR 2: terdiri atas faktor adanya peningkatan kesehatan dan pendidikan terhadap peningkatan pendapatan pajak dengan nilai *loading* 0.633, sedangkan faktor keduanya adalah kemudahan Tata cara pengurangan pajak atas zakat dengan nilai *loading* sebesar 0.767, sehingga bisa dinamakan sebagai FAKTOR KEPERCAYAAN WAJIB PAJAK MUSLIM.
- FAKTOR 3: terdiri dari 4 faktor antara lain faktor keadilan terhadap pembayaran pajak lebih besar dari pembagian pajak dan faktor pajak yang dibayarkan lebih kecil dari pembagian pajak dengan nilai *loading* masing-

masing sebesar 0.830 dan 0.717. selain dua faktor tersebut dua faktor lainnya antara lain keadilan pengenaan tarif 1 % dari penghasilan bruto terhadap UMKM dengan nilai *loading* 0.842 dan kemampuan membayar pajak bagi penerima penghasilan tinggi dengan nilai *loading* 0.703. faktor ini bisa diberi nama FAKTOR KEADILAN PAJAK.

- FAKTOR 4; terdiri dari 3 faktor antara lain faktor penyederhanaan prosedur pelayanan dan pemeriksaan, penyederhanaan prosedur pengisian SPT dan faktor terakhir adalah faktor mengenai kemudahan dalam akses pengetahuan umum tentang perpajakan(penggunaan *e-system*) dengan nilai *loading* masing-masing faktor 0.830, 0.717 dan faktor terakhir dengan nilai *loading* 0.723. faktor 4 ini selanjutnya diberi nama FAKTOR SISTEM ADMINISTRASI PAJAK.
- FAKTOR 5: terdiri dari faktor mengenai pemahaman penyusunan Laporan Keuangan dengan nilai *loading* 0.726 dan faktor pencatatan dasar pengenaan 1 % dari penghasilan bruto terhadap UMKM dengan nilai *loading* sebesar 0.784. kedua faktor ini tergabung dalam FAKTOR PEMAHAMAN AKUNTANSI PAJAK.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, dapat dijelaskan bahwa Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak badan yang dalam hal ini merupakan UMKM di kota Malang adalah sistem administrasi perpajakan, pemahaman akuntansi pajak, *taxpayer's rights*, keadilan pajak, dan kepercayaan wajib pajak muslim. Dari kelima variabel yang diwakili oleh 31

faktor, ada 16 faktor yang harus direduksi karena nilai yang dihasilkan setelah dilakukan beberapa tahap analisis faktor tidak memenuhi persyaratan hingga tahap terakhir, sehingga dihasilkan 17 variabel faktor yang benar-benar dominan dan mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Badan untuk kriteria UMKM di Kota Malang.

Faktor yang paling dominan mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Badan faktor yang berasal dari variabel *Taxpayers Rights* dengan nilai *loading* 0,864. Konsep *Taxpayers Rights* sendiri merupakan Hak dan Kewajiban perpajakan yang melekat pada Wajib Pajak. *Taxpayer's Rights* sendiri secara langsung sangat berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak karena apabila hak-hak wajib pajak tidak dipenuhi, maka sulit juga untuk Wajib Pajak (WP) dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM ini antara lain sistem administrasi perpajakan, pemahaman akuntansi perpajakan dan keadilan pajak. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Rahayu dan Salsalina (2009), Sri Ernawati dan Ellyana Wijaya (2011) dan penelitian dari Ferdyanto Dharmawan (2010), dimana menurut Rahayu dan Salsalina perubahan sistem administrasi pajak berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Sedangkan penelitian menurut Sri Ernawati dan Ellyana Wijaya menghasilkan kesimpulan bahwa faktor pemahaman akuntansi pajak memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap kepatuhan wajib pajak badan dalam memenuhi kewajiban pajak penghasilannya. Serta penelitian yang dikemukakan

oleh Ferdyanto Dharmawan mengemukakan ada pengaruh signifikan dan parsial antara keadilan pajak dengan kepatuhan wajib pajak.

Faktor terakhir yang juga mempunyai pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak adalah kepercayaan wajib pajak muslim terhadap pajak. Terutama dari segi peningkatan taraf kesehatan dan pendidikan, yang ditunjukkan sejalan dengan peningkatan penghasilan pajak, dan kemudahan tata cara pengurangan pajak atas zakat. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa menurut wajib pajak UMKM penggunaan dana pajak telah sesuai dengan konsep syariah yaitu dana pajak berpengaruh terhadap peningkatan taraf kesehatan dan pendidikan yang ada di Indonesia. Sedangkan mengenai kemudahan tata cara pengurangan pajak atas zakat, mengindikasikan bahwa wajib pajak UMKM di kota Malang telah mengetahui bahwa zakat merupakan salah satu pengurang pajak, dan tata cara pelaksanaan dan pengurangannya juga mudah untuk dilakukan.