

**OPTIMALISASI EDUKASI PERPAJAKAN MELALUI KONTEN
DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB
PAJAK MELALUI PEMAHAMAN PERPAJAKAN SEBAGAI
VARIABEL MODERASI DI KALANGAN GEN Z KOTA
MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi**

Oleh:

**RIZKI SABILLA
NPM. 22101082064**

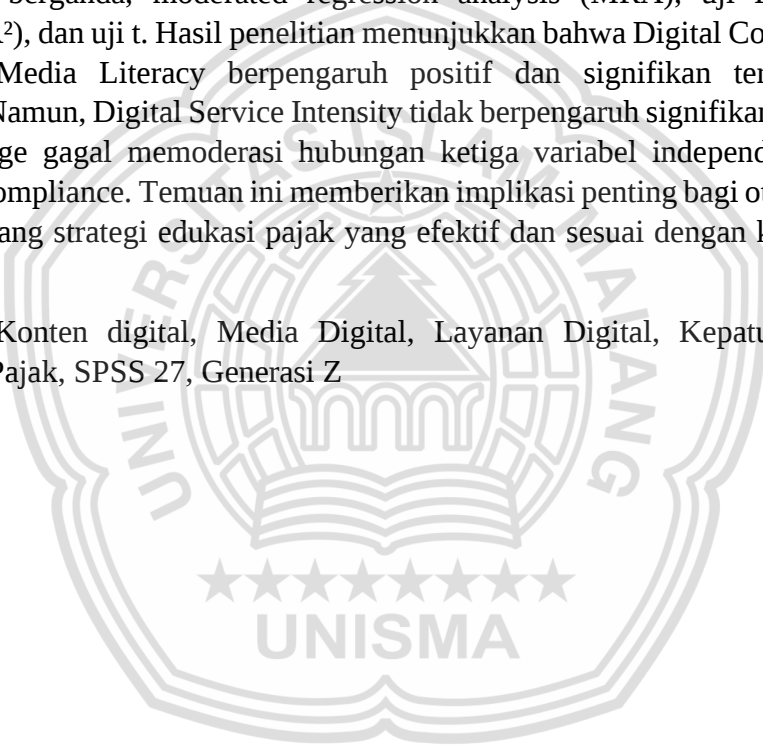


**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PRODI AKUNTANSI
MALANG
2025**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Digital Content Usage, Digital Media Literacy, dan Digital Service Intensity terhadap Tax Compliance pada Generasi Z di Kota Malang, dengan Pengetahuan Perpajakan sebagai variabel moderating. Pendekatan kuantitatif yang digunakan adalah metode survei dan pengumpulan data melalui kuesioner online yang disebarakan kepada 115 responden yang merupakan wajib pajak Generasi Z. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 27. Tahapan analisis data dalam penelitian ini meliputi: uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik (multikolinearitas dan heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, moderated regression analysis (MRA), uji F, koefisien determinasi (R^2), dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digital Content Usage dan Digital Media Literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tax Compliance. Namun, Digital Service Intensity tidak berpengaruh signifikan. Selain itu, Tax Knowledge gagal memoderasi hubungan ketiga variabel independen tersebut dengan Tax Compliance. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi otoritas pajak dalam merancang strategi edukasi pajak yang efektif dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z.

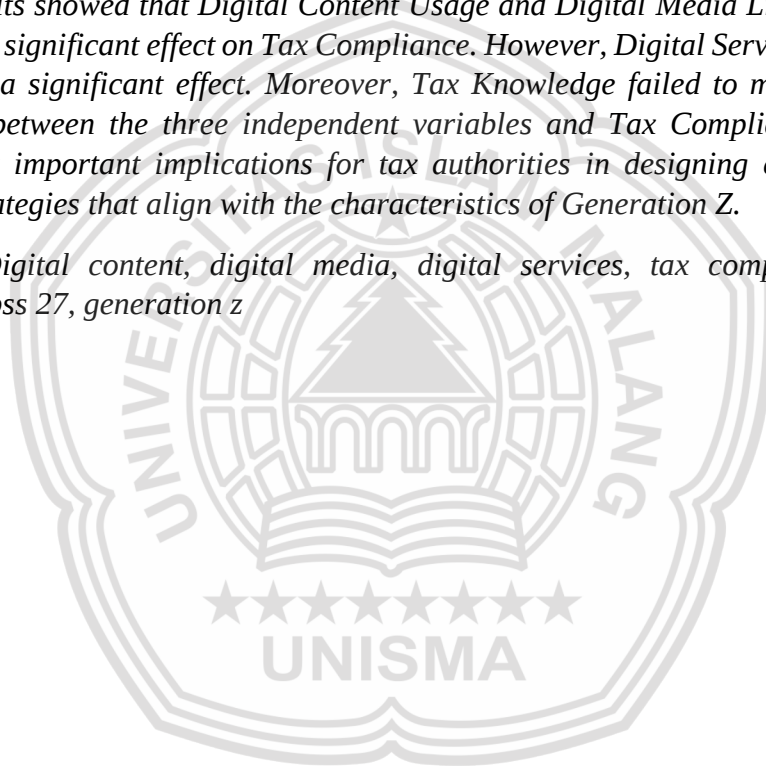
Kata kunci: Konten digital, Media Digital, Layanan Digital, Kepatuhan Pajak, Pengetahuan Pajak, SPSS 27, Generasi Z



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Digital Content Usage, Digital Media Literacy, and Digital Service Intensity on Tax Compliance among Generation Z in Malang City, with Tax Knowledge as a moderating variable. A quantitative approach was employed using a survey method, and data were collected through an online questionnaire distributed to 115 respondents who are Generation Z taxpayers. Data analysis was conducted using SPSS version 27. The stages of data analysis in this study included: validity test, reliability test, normality test, classical assumption tests (multicollinearity and heteroscedasticity), multiple linear regression analysis, moderated regression analysis (MRA), F-test, coefficient of determination (R^2), and t-test. The results showed that Digital Content Usage and Digital Media Literacy have a positive and significant effect on Tax Compliance. However, Digital Service Intensity did not have a significant effect. Moreover, Tax Knowledge failed to moderate the relationship between the three independent variables and Tax Compliance. These findings offer important implications for tax authorities in designing effective tax education strategies that align with the characteristics of Generation Z.

Keywords: Digital content, digital media, digital services, tax compliance, tax knowledge, spss 27, generation z



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), total pendapatan negara pada tahun 2023 mencapai Rp2.637 triliun. Sebagian besar pendapatan ini berasal dari penerimaan pajak, yang menyumbang sekitar 80,32%. Selain itu, Pendapatan Negara Bukan Pajak (PNBP) memberikan kontribusi sebesar 19,56%, sedangkan kontribusi hibah terhadap penerimaan total tergolong minim, yakni 0,12%. Data tersebut menunjukkan urgensi pajak sebagai sumber pendapatan utama yang mendukung stabilitas fiskal negara. Penerimaan pajak memainkan peran krusial dalam mendanai berbagai program pembangunan nasional dan memastikan keberlanjutan anggaran pemerintah serta perekonomian secara keseluruhan (Agustin, 2024).

Namun, masalah serius masih timbul akibat tingkat kepatuhan wajib pajak yang rendah di Indonesia, hal tersebut berdampak pada pencapaian target penerimaan negara serta menurunkan efektivitas berbagai program pembangunan (Kurniawan et al., 2023). Data dari Direktorat Jenderal Pajak menunjukkan bahwa pada tahun fiskal 2018, rasio kepatuhan wajib pajak hanya mencapai 71,10% dari total 17,6 juta wajib pajak yang seharusnya melaporkan Surat Pemberitahuan (SPT) dan membayar pajaknya. Hanya sekitar 12,5 juta wajib pajak yang benar-benar menyampaikan SPT tahunannya. Ketidakseimbangan ini semakin terlihat ketika dibandingkan dengan jumlah pegawai pajak di Indonesia yang pada tahun 2023 tidak lebih dari 50.000 orang. Artinya, pegawai pajak mengemban tanggung

jawab yang sangat berat untuk mengawasi jutaan wajib pajak, terutama dalam konteks sistem perpajakan Indonesia yang kini telah berubah dari official assessment system menjadi self-assessment system. Pada tahun 2023, dari total 69,1 juta wajib pajak yang terdaftar, hanya sekitar 20 juta yang diwajibkan menyampaikan SPT. Namun, realisasi pelaporan hanya sebesar 12,98 juta, atau sekitar 65% saja. Fakta ini mencerminkan bahwa persoalan kepatuhan wajib pajak, khususnya pada kalangan individu, masih menjadi tantangan besar yang perlu segera diatasi (Utami, 2024).

McKerchar (2003) menyatakan ada dua faktor utama menimbulkan rendahnya tingkat ketaatan membayar pajak. Pertama, ketidakpatuhan akibat ketidaktahuan, yaitu ketika wajib pajak tidak memahami atau tidak mengetahui kewajiban perpajakan mereka, seperti menghitung pajak yang harus dibayar, sehingga mereka tidak membayar pajak atau melaporkan Surat Pemberitahuan (SPT) yang menjadi kewajiban. Kedua, ketidakpatuhan yang disengaja, dimana wajib pajak dengan sengaja berusaha untuk menghindari pembayaran pajak, misalnya dengan cara melaporkan omzet yang lebih rendah supaya pajak yang dibayar menjadi lebih sedikit (Zulma, 2020).

Upaya untuk meningkatkan penerimaan pajak bukan terbatas pada beban pemerintah, melainkan juga memerlukan partisipasi aktif dari masyarakat, khususnya generasi muda (Trina et al., 2022). Akan tetapi, data menunjukkan bahwa sejumlah kecil dari generasi muda menunjukkan kepemilikan pemahaman yang cukup mengenai peran dan pentingnya pajak bagi pembangunan nasional.

Studi oleh Afritenti et al. (2020) mengungkapkan bahwa mayoritas generasi muda di Indonesia belum memahami manfaat pajak dengan baik.

Pada tahun 2020 menunjukkan bahwa jumlah generasi Z yang kelahiran di tahun 1997 sampai dengan tahun 2012 di wilayah Kota Malang menunjukkan jumlah 205.258 (BPS, 2020). Survei oleh Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021 mencatat bahwa hanya 45% dari generasi muda yang memahami secara mendalam fungsi pajak (BPS, 2020 dalam Zega et al., 2024). Sebagai kelompok demografis yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, Gen Z memiliki potensi besar untuk berkontribusi dalam peningkatan partisipasi dan kepatuhan wajib pajak di Indonesia. Menurut I. Wijaya & Meita (2024) edukasi perpajakan melalui sistem digital bermanfaat dalam meningkatkan pemahaman mengenai pajak di kalangan Generasi Z, pemahaman tentang pajak digital dan penerapan teknologi mempermudah generasi muda untuk memahami kewajiban perpajakan.

Di era digital ini, pemanfaatan teknologi informasi telah meluas ke berbagai sektor kehidupan, termasuk perpajakan. Teknologi informasi menawarkan aksesibilitas dan pemahaman yang lebih baik tentang perpajakan, dan pendekatan ini sangat relevan bagi Generasi Z, yang memiliki keterampilan tinggi dalam mengoperasikan teknologi digital. Meski demikian, tantangan tetap ada karena pemahaman Gen Z tentang kewajiban perpajakan mereka masih tergolong rendah. Kondisi ini menuntut adanya pendekatan edukasi yang sesuai dengan karakteristik Gen Z agar menambah pemahaman mereka tentang perpajakan. Untuk meningkatkan kepatuhan pajak calon wajib pajak, pendekatan pelayanan dan edukasi perpajakan harus dioptimalkan (Suharsono & Galvani, 2020).

Pertama, upaya untuk menggunakan konten digital. Penggunaan konten digital sebagai kelompok dari reformasi pajak mampu mewujudkan strategi penting bagi DJP agar memikat atensi calon wajib pajak untuk mengerti komponen penting dari aturan dasar perpajakan yang dapat mendorong calon wajib pajak untuk mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku (Suharsono & Galvani, 2020). Menurut (Suharsono & Galvani, 2020) Edukasi perpajakan menggunakan kemajuan teknologi dan informasi sangat diperlukan untuk meningkatkan jumlah calon wajib pajak yang patuh terhadap ketentuan perpajakan. Memberikan edukasi kepada calon wajib pajak mengenai urgensi membayar pajak melalui konten digital dapat meningkatkan pemahaman mereka serta gambaran yang mudah dipahami karena sesuai dengan karakteristik generasi muda sebagai generasi digital *native* (Rusli & Nainggolan, 2021).

Faktor kedua adalah pemahaman tentang media digital. Penggunaan konten digital harus seiring dengan pemahaman calon wajib pajak tentang penggunaan media digital. Ini dilakukan agar calon wajib pajak dapat memahami serta memahami tujuan informasi pelayanan yang diberikan oleh DJP serta memahami ketentuan umum pembayaran dan pelaporan perpajakan (Boediono et al., 2019). Sangat penting bagi calon wajib pajak untuk memahami media digital agar mereka dapat memahami informasi yang tersedia di sana sehingga mereka dapat dengan cepat mendapatkan informasi dan layanan yang mereka butuhkan (Haryaningsih & Juniwati, 2021).

Intensitas pelayanan digital adalah unsur ketiga. Untuk memastikan pelayanan yang baik kepada masyarakat dan mendorong wajib pajak untuk

berpartisipasi secara aktif, DJP harus meningkatkan layanan digital (Alamri et al., 2021). Pelayanan digital yang terintegrasi mendukung reformasi perpajakan melalui edukasi perpajakan dan layanan berbasis media digital. Ini memungkinkan calon wajib pajak untuk berkonsultasi dengan DJP dengan cepat (Amalia, 2020). Teknologi yang digunakan dalam layanan digital memungkinkan DJP dan calon wajib pajak untuk memantau secara langsung proses layanan, yang membuat pelatihan perpajakan lebih relevan dengan zaman.

Dari total populasi Indonesia yang mencapai 274,9 juta jiwa, sebanyak 170 juta merupakan pengguna aktif media sosial. Jumlah ini setara dengan 61,8% dari total populasi pada Januari 2021, yang menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia (Arofah, 2021). Hal ini menjadikan media sosial sebagai media yang potensial dan efektif untuk menyampaikan edukasi perpajakan secara modern kepada masyarakat (Fahri et al., 2021). Dengan semakin luasnya penggunaan media sosial, berbagai platform kini dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, salah satunya sebagai sarana untuk mendukung dan mengoptimalkan edukasi perpajakan. Media sosial dapat berfungsi sebagai penyedia konten edukatif atau pembelajaran digital dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada untuk memperkuat penyampaian materi edukasi tersebut.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa edukasi perpajakan memiliki dampak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Misalnya studi L.Darmian (2021) di Yogyakarta menemukan bahwa edukasi perpajakan berbasis digital mampu meningkatkan pemahaman dan kepatuhan wajib pajak di kalangan

mahasiswa. Edukasi yang disampaikan melalui media digital dianggap lebih efektif karena dapat diakses secara mudah dan fleksibel, yang cocok dengan karakteristik Gen Z yang lebih suka mencari informasi secara mandiri melalui platform digital. Selain itu, penelitian oleh A. Wijaya & Sutomo (2023) mengungkapkan bahwa konten digital sebagai media edukasi pajak menawarkan kemudahan akses dan fleksibilitas, serta interaksi yang lebih menarik, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pemahaman pajak secara efektif.

Namun, meskipun berbagai penelitian menunjukkan potensi edukasi digital dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak, terdapat beberapa celah penelitian yang perlu dieksplorasi lebih lanjut. Pertama, penelitian yang secara khusus menjadikan Gen Z sebagai kelompok sasaran utama dalam edukasi pajak digital masih sangat terbatas. Mengingat Gen Z memiliki pola konsumsi informasi yang berbeda dari generasi sebelumnya, pemahaman mengenai bagaimana mereka merespons edukasi pajak melalui konten digital menjadi penting untuk meningkatkan efektivitas edukasi tersebut. Kedua, sebagian besar penelitian sebelumnya menempatkan pemahaman pajak sebagai variabel independen, tetapi belum banyak yang menjadikannya sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat pengaruh edukasi digital terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menjadikan pemahaman pajak sebagai variabel moderasi, guna melihat apakah peningkatan pemahaman pajak dapat memperkuat hubungan antara edukasi digital dan kepatuhan wajib pajak. Ketiga, sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan pada konteks nasional atau daerah lain, sehingga diperlukan penelitian yang lebih spesifik dalam konteks

lokal Kota Malang, mengingat besarnya populasi Gen Z yang berpotensi menjadi wajib pajak di masa depan.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji optimalisasi edukasi perpajakan melalui konten digital guna meningkatkan kepatuhan wajib pajak di kalangan Gen Z di Kota Malang, dengan pemahaman perpajakan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini berfokus pada bagaimana optimalisasi edukasi perpajakan melalui konten digital dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak di kalangan Gen Z, khususnya di Kota Malang sebagai salah satu kota pendidikan terbesar di Indonesia. Dengan pendekatan edukasi berbasis digital, diharapkan Gen Z dapat memahami peran dan manfaat pajak bagi pembangunan, yang pada gilirannya akan meningkatkan kesadaran dan kepatuhan mereka dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak di Indonesia, khususnya di kalangan generasi muda, melalui pendekatan edukasi yang inovatif dan berbasis digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan konten digital berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak di kalangan Gen Z di Kota Malang?
2. Apakah pemahaman media digital berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak di kalangan Gen Z di Kota Malang?

3. Apakah intensitas pelayanan digital berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak di kalangan Gen Z di Kota Malang?
4. Apakah pemahaman perpajakan memoderasi pengaruh penggunaan konten digital terhadap kepatuhan wajib pajak di kalangan Gen Z di Kota Malang?
5. Apakah pemahaman perpajakan dapat memoderasi pengaruh pemahaman media digital terhadap kepatuhan wajib pajak di kalangan Gen Z di Kota Malang?
6. Apakah pemahaman perpajakan dapat memoderasi pengaruh intensitas pelayanan digital terhadap kepatuhan wajib pajak di kalangan Gen Z di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Guna mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan konten digital terhadap kepatuhan wajib pajak di kalangan Gen Z di Kota Malang.
2. Guna mengetahui dan menganalisis pengaruh pemahaman media digital terhadap kepatuhan wajib pajak di kalangan Gen Z di Kota Malang.
3. Guna mengetahui dan menganalisis pengaruh intensitas pelayanan digital terhadap kepatuhan wajib pajak di kalangan Gen Z di Kota Malang.
4. Guna mengetahui dan menguji peran pemahaman perpajakan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara pengaruh penggunaan konten digital terhadap kepatuhan wajib pajak.

5. Guna mengetahui dan menguji peran pemahaman perpajakan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara pengaruh pemahaman media digital terhadap kepatuhan wajib pajak.
6. Guna mengetahui dan menguji peran pemahaman perpajakan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara pengaruh intensitas pelayanan digital terhadap kepatuhan wajib pajak.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dilakukan diklasifikasikan menjadi 2 jenis yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis.

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ilmu perpajakan, terutama dalam konteks mata kuliah seperti Akuntansi Perpajakan, Sistem Informasi Akuntansi, dan Manajemen Pajak. Dengan fokus pada efektivitas edukasi perpajakan melalui konten digital, penelitian ini akan memperkaya pemahaman tentang bagaimana teknologi digital dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak di kalangan Generasi Z.

Serta, dapat menambah teori kepatuhan wajib pajak dengan menyoroti peran pemahaman perpajakan sebagai variabel moderasi. Dengan menguji bagaimana pemahaman perpajakan dapat memperkuat pengaruh edukasi digital terhadap kepatuhan wajib pajak, penelitian ini memberikan perspektif baru yang dapat dijadikan dasar untuk riset-riset selanjutnya. Selain itu juga, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi

peneliti di masa depan yang ingin mengeksplorasi topik serupa, khususnya yang berfokus pada edukasi perpajakan di era digital dan perilaku pajak Generasi Z dalam berbagai konteks lokal dan nasional di dalam penelitian yang akan datang.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategis mengenai cara optimal untuk menyampaikan edukasi perpajakan melalui konten digital yang relevan dan menarik bagi Generasi Z. Dengan memahami karakteristik digital Generasi Z, pemerintah dapat merancang program edukasi yang lebih efektif untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak di kalangan generasi muda.

2. Bagi Institusi Pendidikan

Sebagai sarana untuk merancang metode pembelajaran yang lebih interaktif dan sesuai dengan kebutuhan Generasi Z, sehingga siswa dan mahasiswa lebih memahami pentingnya pajak dalam pembangunan nasional.

3. Bagi Lembaga Swasta atau Organisasi Nonpemerintah yang bergerak di bidang literasi keuangan dan perpajakan.

Mereka dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk menyusun kampanye edukasi perpajakan melalui media sosial dan *platform*

digital lainnya, sehingga pesan edukasi dapat menjangkau lebih banyak generasi muda secara efektif.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah pengaruh Penggunaan Konten Digital, Pemahaman Media Digital, dan Intensitas Pelayanan Digital terhadap tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z Kota Malang, serta menambahkan variabel moderasi berupa Pemahaman Perpajakan untuk menganalisis apakah variabel tersebut mampu memperkuat pengaruh ketiga variabel independen terhadap kepatuhan wajib pajak. Responden dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak Generasi Z yang berada di Kota Malang, dengan jumlah total sebanyak 115 responden. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan melalui serangkaian uji statistik, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan Konten Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Artinya, semakin tinggi penggunaan konten digital sebagai media edukasi perpajakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak.
2. Pemahaman Media Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Hal ini menyatakan jika semakin baik pemahaman wajib pajak dalam mengakses dan memanfaatkan media digital, maka semakin besar kemungkinannya untuk patuh terhadap kewajiban perpajakan.

3. Intensitas Pelayanan Digital tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Meskipun pelayanan digital dilakukan secara intensif oleh otoritas pajak, frekuensi pelayanan belum menjamin peningkatan kepatuhan jika tidak disertai dengan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai kebutuhan pengguna.
4. Pemahaman Perpajakan tidak mampu memoderasi hubungan antara Penggunaan Konten Digital dengan Kepatuhan Wajib Pajak. Artinya, tingkat pemahaman perpajakan tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh penggunaan konten digital terhadap kepatuhan wajib pajak.
5. Pemahaman Perpajakan tidak mampu memoderasi hubungan antara Pemahaman Media Digital dengan Kepatuhan Wajib Pajak. Dengan demikian, meskipun seseorang memahami media digital dan perpajakan, kombinasi keduanya belum terbukti meningkatkan kepatuhan wajib pajak secara signifikan.
6. Pemahaman Perpajakan belum mampu memoderasi hubungan antara Intensitas Pelayanan Digital dengan Kepatuhan Wajib Pajak. Hal tersebut menjelaskan bahwa meskipun pelayanan disampaikan secara intensif dan wajib pajak memahami perpajakan dengan baik, keduanya belum memberikan efek sinergis terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak.

5.2 Keterbatasan

1. Sehubungan dengan penggunaan kuesioner sebagai metode pengumpulan data yang kemudian disebarkan kepada seluruh responden yang mana

peneliti tidak dapat melihat secara langsung, mengantisipasi dan menelaah apakah responden menjawab dengan benar sesuai kesadaran atau asal menjawab.

2. Studi ini terbatas pada tiga variabel independen, yakni penggunaan konten digital, pemahaman media digital, dan intensitas pelayanan digital, dengan pemahaman perpajakan sebagai variabel moderasi. Padahal, faktor-faktor lain seperti kepercayaan terhadap otoritas pajak, sanksi, norma sosial, atau motivasi ekonomi juga mampu mengendalikan kepatuhan wajib pajak, namun tidak dibahas pada studi ini.
3. Minimnya Literatur Terdahulu Terkait Variabel Moderasi. Pada studi ini, pemahaman perpajakan digunakan sebagai variabel moderasi, namun belum ditemukan secara spesifik jurnal atau penelitian terdahulu yang membahas peran moderasi tersebut dalam konteks hubungan antara edukasi digital dan kepatuhan wajib pajak. Hal ini menjadi keterbatasan dalam hal perbandingan hasil dan landasan konseptual, serta menyulitkan dalam mengkaji temuan yang berbeda atau tidak signifikan secara lebih mendalam. Namun demikian, hal ini juga membuka ruang kontribusi baru bagi pengembangan kajian di bidang perpajakan dan edukasi digital.
4. Tidak Ditemukannya Pengaruh Moderasi yang Signifikan. Meskipun pemahaman perpajakan diharapkan mampu memperkuat hubungan antara digitalisasi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh moderasi yang

signifikan. Hal ini mungkin dipengaruhi oleh ketidaktepatan indikator moderasi, interaksi yang terlalu lemah, atau karakteristik responden yang belum optimal untuk mengamati efek moderasi tersebut.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

Bagi Direktorat Jenderal Pajak:

1. Direktorat Jenderal Pajak diharapkan dapat mengembangkan konten digital edukasi perpajakan yang lebih menarik, dan sesuai dengan gaya komunikasi Generasi Z, seperti penggunaan video singkat (TikTok, Instagram Reels), infografis interaktif, animasi naratif, serta bahasa yang ringan dan mudah dipahami. Misalnya, DJP bisa membuat serial konten “#NgertiPajak dalam 1 Menit” yang menjelaskan konsep perpajakan secara singkat dan viral di media sosial. Hal ini akan meningkatkan *engagement* dan memperluas jangkauan edukasi secara efektif.
2. DJP disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan digital, tidak hanya meningkatkan frekuensi dan cakupan layanan digital, tetapi juga memperhatikan aksesibilitas (*mobile-friendly*), kecepatan respon (*live chat* atau *bot responsif*), serta *user interface* yang intuitif. Sebagai contoh, aplikasi M-Pajak dapat dilengkapi fitur *voice assistant* untuk menjawab pertanyaan umum seputar pajak secara *real-time*, atau sistem *auto-*

reminder untuk pelaporan SPT melalui WhatsApp bot. Ini akan mempermudah wajib pajak dalam berinteraksi tanpa kebingungan dan membangun pengalaman pengguna yang lebih baik.

3. Perlu dilakukan penguatan integrasi antara edukasi perpajakan dan sistem pelayanan digital yang digunakan oleh DJP. Misalnya, DJP dapat menyisipkan fitur edukatif (*pop-up tutorial*, video panduan, infografis *step-by-step*) pada setiap proses dalam platform DJP Online, seperti saat mengisi *e-Filing* atau *e-Bupot*. Contohnya, saat wajib pajak hendak melaporkan SPT, sistem dapat langsung menampilkan “tips lapor SPT dalam 3 langkah mudah”. Ini akan membantu wajib pajak memahami proses secara mandiri tanpa harus mencari sumber eksternal.
4. DJP juga disarankan untuk melakukan evaluasi secara berkala terhadap data *analytics* dan survei pengalaman pengguna (UX survey) untuk menilai efektivitas konten dan layanan digital. Selain itu, membuka ruang partisipasi publik melalui kompetisi ide konten pajak digital, forum Gen Z pajak, atau program “Jadi Duta Pajak Digital” akan melibatkan lebih banyak generasi muda dalam membentuk wajah sistem perpajakan digital yang lebih ramah, kreatif, dan partisipatif. Misalnya, DJP bisa menggandeng mahasiswa untuk menjadi *co-creator* dalam mengembangkan konten edukatif yang *relatable*.

Bagi Peneliti:

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan demografi responden, tidak hanya terbatas pada wajib pajak Generasi Z di Kota Malang, tetapi juga pada berbagai kelompok usia dan latar belakang pekerjaan di berbagai daerah, agar hasil penelitian lebih representatif dan dapat digeneralisasikan secara lebih luas.
2. Mengingat pemahaman perpajakan sebagai variabel moderasi belum menunjukkan pengaruh signifikan dalam penelitian ini, peneliti selanjutnya dapat mencoba mengganti atau menambahkan variabel moderasi lain, seperti kepercayaan terhadap otoritas pajak, persepsi keadilan pajak, atau motivasi intrinsik wajib pajak untuk melihat apakah variabel-variabel tersebut dapat memperkuat pengaruh edukasi digital terhadap kepatuhan wajib pajak.
3. Disarankan untuk menggunakan pendekatan *mixed methods* (gabungan kuantitatif dan kualitatif) agar dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait alasan di balik tidak signifikannya beberapa hubungan antar variabel, serta untuk menggali persepsi dan pengalaman langsung dari wajib pajak terhadap konten digital dan pelayanan perpajakan.
4. Peneliti juga dianjurkan untuk melakukan analisis terhadap jenis dan kualitas konten digital, serta media yang digunakan (misalnya Instagram,

TikTok, YouTube), guna mengetahui platform dan pendekatan mana yang paling efektif dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak.



DAFTAR PUSTAKA

- Afritenti, H., Fitriyani, D., Jambi, U., & Jambi, U. (2020). Jambi Accounting Review (JAR) FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN WAJIB. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan Dan Teknik*, 1(April), 63–79.
- Agustin, D. (2024). *Kontribusi Pajak terhadap Pendapatan Negara Mencapai 80,32%*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/kontribusi-pajak-terhadap-pendapatan-negara-mencapai-8032-7CfAY>
- Ajzen, I. (1991). Reporting Behaviour of People with Disabilities in relation to the Lack of Accessibility on Government Websites: Analysis in the light of the Theory of Planned Behaviour. *Disability, CBR and Inclusive Development*, 33(1), 52–68. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Alamri, M. H., Mingkid, E., & Kalesaran, E. R. (2021). Peran Humas Kantor Pelayanan Pajak Pratama (KPP) Manado dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Pajak. *Acta Diurna Komunikasi*, 3(3), 1–10.
- Ali, M., Awaluddin, M., & Salam, A. (2019). Efektivitas Pelayanan Digital Program Samsat Keliling Di Kota Mataram. *JIAP (Jurnal Ilmu Administrasi Publik)*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.31764/jiap.v7i1.770>
- Amalia, R. F. (2020). Analisis Pemahaman Pajak dan Keadilan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro dan Kecil di Kota Palembang. *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), 540. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.238>
- Andreoni, James, Erard, Brian, Feinstein, & Johathan. (1998). AndreoTaxCompl1998JEL.pdf. In *Journal of Economic Literature: Vol. XXXVI* (Issue June, pp. 818–860). <https://msuweb.montclair.edu/~lebel/AndreoTaxCompl1998JEL.pdf>
- Arofah, I. H. (2021). *Awal 2021, Indonesia Miliki 170 Juta Pengguna Media Sosial*. Topcareer.Id. <https://topcareer.id/read/2021/02/24/59447/awal-2021-indonesia-miliki-170-juta-pengguna-media-sosial/>
- Boediono, G. T., Sitawati, R., & Harjanto, S. (2019). Analisis Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.33633/jpeb.v3i1.2286>
- BPS. (2020). *Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, Provinsi JAWA TIMUR, Tahun 2020*. Badan Pusat Statistik. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/16/0>
- Daengs, A., Istanti, E., & Kristiawati, I. (2022). Peran Timelimenes Dalam Meningkatkan Customer Satisfaction, Customer Loyalty Pt. Jne. *Jurnal*

Baruna Horizon, 5(1), 1–7. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v5i1.71>

Fahri, S. B. P., Mayrazaka, A. I., & Hayya, M. (2021). *OPTIMALISASI KESADARAN MEMBAYAR PAJAK BAGI PEMUDA MELALUI PLATFORM MEDIA SOSIAL DI ERA NEW NORMAL*. Salsa Billa Putri Fahri 1 , Anissa Imana Mayrazaka 2 ,. 3(1), 77–90.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (2011). *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach (1st ed.)*. Psychology Press. <https://doi.org/>.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Univeritas Diponegoro. https://digilib.itbwigalumajang.ac.id/index.php?p=show_detail&id=2775

Haryaningsih, S., & Juniwati. (2021). Implementasi Program Electronic Filing (E-Filing) Dalam Upaya Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Kota Pontianak Kalimantan Barat Dengan Pemahaman Menuju Era Ekonomi Digital. *Jurnal Reformasi Administrasi : Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 8(1), 32–41.

IKRAMUL, H. (2019). *PENGARUH BUDGETING PARTICIPATION, JOB RELEVANT INFORMATION DAN BUDGET GOAL CLARITY TERHADAP KINERJA MANAJERIAL DENGAN KOMITMEN ORGANISASI SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi pada SKPD Kabupaten Sinjai)*.

James, S., & Alley, C. (2002). Tax Compliance , Self-Assessment and Tax Administration School of Business and Economics , University of Exeter. *Journal of Finance and Management in Public Services*, 2(2), 27–42. <http://hdl.handle.net/10036/47458>

Komarudin, & Hermawan, P. (2022). *International Journal of Current Science Research and Review A Study of Trust Base Voluntary Tax Compliance through Tax Administration Digital Transformation in Indonesia*. 05(08), 3227–3238. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V5-i8-53>

Kunto, Kurniawan, D., & Sondang, Y. (2013). Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Di Matahari Departement Store Cabang Supermall Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–8.

Kurniawan, A., Meliala, R. N. B., & Febrianto, F. R. (2023). FACTORS INFLUENCING TAX COMPLIANCE IN INDONESIA. *Riset*, 5(1), 014–028. <https://doi.org/10.37641/riset.v5i1.214>

L.Darmian, N. (2021). *Optimalisasi edukasi perpajakan melalui konten digital sebagai upaya peningkatan kepatuhan wajib pajak (Studi kasus pada mahasiswa di Kota Yogyakarta)*. *LITERA: Jurnal Literasi Akuntansi*, 1(1),. 75–82.

Lesmana, D., Panjaitan, D., & Maimunah, M. (2018). Tax Compliance Ditinjau dari Theory of Planned Behavior (TPB). *InFestasi*, 13(2), 354–366.

- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Memahami Konsep Kepatuhan Pajak. (2022). *Binus University School of Accounting*. <https://accounting.binus.ac.id/2022/11/22/memahami-konsep-kepatuhan-pajak/>
- Putri, H., Din, M., Furqan, A. C., & Mufidah, A. A. (2024). *The Influence of Tax Understanding and Income Tax Incentives on MSME Tax Compliance , Moderated by Tax Digitalization*. 6(3), 535–546.
- Rusli, Y. M., & Nainggolan, P. (2021). Pentingnya Pengetahuan Pajak Dan Sosialisasi Pajak Kepada Calon Wajib Pajak Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 5(2), 135–142. <https://doi.org/10.30813/jpk.v5i2.2989>
- Rysaka, N., Saleh, C., & Pani Rengu, S. (2014). Penerapan Sistem Elektronik Dalam Pelayanan Perpajakan (Studi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara). *Jurusan Administrasi Publik (JAP)*, 2(3), 420–425.
- Savira, R. S. (2023). OPTIMALISASI EDUKASI PERPAJAKAN MELALUI KONTEN DIGITAL SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KESADARAN WAJIB PAJAK PADA MAHASISWA AKUNTANSI DI KABUPATEN GRESIK. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN RND*. Perpustakaan Digital Politeknik Pratama. <https://digilib.politeknik-pratama.ac.id/ebook/view/METODE-PENELITIAN-KUANTITATIF-KUALITATIF-DAN-RND>
- Suharsono, A., & Galvani, S. (2020). Optimalisasi Edukasi Perpajakan Bagi Generasi Milenial Melalui Video. *Scientax*, 2(1), 123–139. <https://doi.org/10.52869/st.v2i1.63>
- Tambun, S., Sitorus, R. R., & Atmojo, S. (2020). Pengaruh Digitalisasi Layanan Pajak dan Cooperative Compliance Terhadap Upaya Pencegahan Tax Avoidance Dimoderasi Kebijakan Fiskal Di Masa Pandemi Covid 19. *Media Akuntansi Perpajakan*, 5(2), 74–86. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MAP/article/view/4440>
- Tirtono, T., Triani, & Nurdhiana. (2022a). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal STIE Semarang*, 14(3), 130–151.
- Tirtono, T., Triani, & Nurdhiana. (2022b). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada wajib pajak orang pribadi di KPP Semarang Timur). *Jurnal Stie Semarang*, 14(3), 130–151. <https://www.pajakonline.com/tin>
- Torgler, B. (2007). *Tax Compliance and Tax Morale: A Theoretical and Empirical Analysis*. <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=xFYijxMKjqAC&oi=fnd&p>

g=PR5&dq=Torgler,+B.+(2007).+Tax+Compliance+and+Tax+Morale:+A+Theoretical+and+Empirical+Analysis.+Edward+Elgar+Publishing.&ots=T6JqHuYNw1&sig=Zx4pgRXKTvp5n4q8b4a9LtHsI

- Trina, K., Ryantini, D., Semadi, Y. P., Putu, L., & Damayanthi, E. (2022). *Penguatan Literasi Perpajakan Melalui MPK Bahasa Indonesia sebagai Implementasi Karakter Nasionalis*. 27(3), 493–500.
- Utami, Y. L. (2024). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Media Akuntansi Perpajakan*, 17(2), 1–9. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MAP>
- Wijaya, A., & Sutomo, M. (2023). *Optimization of Tax Education Through Digital Content*. 4(1), 67–73.
- Wijaya, I., & Meita, I. (2024). *EDUKASI PERPAJAKAN BAGI GENERASI Z MELALUI SISTEM PAJAK DIGITAL*. 8(3), 4–6.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. 3(2), 96–102.
- Zega, A., Gea, Y. V., Zebua, M. S., Ndraha, A. B., & Ferida, Y. (2024). *STRATEGI PENINGKATAN KESADARAN PAJAK DI KALANGAN GENERASI MUDA DALAM ERA DIGITAL : ANALISIS PERAN TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN MENUJU INDONESIA EMAS 2045*. 01(September), 11–22.
- Zulma, G. W. M. (2020). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Administrasi Pajak, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak Pada Pelaku Usaha UMKM di Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 288. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.170>

