

**OPTIMALISASI EDUKASI PERPAJAKAN MELALUI KONTEN DIGITAL SEBAGAI
UPAYA PENINGKATAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK
(Studi Kasus Pada Mahasiswa di Kota Yogyakarta)**

Neldi Darmian L

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

Email: neldidarmian@gmail.com

ABSTRACT

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menguji penggunaan konten digital, pemahaman media digital dan pelayanan digital terhadap kepatuhan wajib pajak.

Metodologi: Sampel dalam penelitian ini sebanyak 101 responden yang merupakan mahasiswa aktif di kota Yogyakarta. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Temuan: Penggunaan konten digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, pemahaman media digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dan intensitas pelayanan digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kebaruan: Penelitian ini mempertimbangkan penggunaan konten digital sebagai bagian dari optimalisasi edukasi perpajakan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dengan mempersiapkan calon wajib pajak yang memiliki perilaku patuh terhadap tanggungjawab wajibnya sebagai warga negara Indonesia.

Kata kunci: Penggunaan konten digital, pemahaman media digital, intensitas pelayanan digital, kepatuhan wajib pajak.

PENDAHULUAN

Pada era persaingan global, pembangunan yang merata dan berkelanjutan menjadi kunci agar suatu negara dapat berdaya saing dengan negara lain (Asmoro, 2019). Kemenkeu RI (2020) daya saing negara Indonesia akan tercermin dari pertumbuhan ekonomi Indonesia di setiap tahunnya. Pada kuartal II Tahun 2020, pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami kontraksi -5,32% terhadap pertumbuhan ekonomi tahun 2019 (Nadia Fajriana & Andayani, 2020). Menurunnya pertumbuhan ekonomi tersebut adalah akibat dari dampak pandemi, yang muaranya adalah penurunan penerimaan pajak negara Indonesia (Fahrika & Roy, 2020).

Di Indonesia, pajak memiliki peranan penting dalam tata kelola negara khususnya membiayai semua pengeluaran negara termaksud pengeluaran pembangunan (Riyanda et al., 2014). Pebrina (2020) penerimaan negara sampai saat ini masih dominan diperoleh dari sektor perpajakan. Sehingga pajak memiliki urgensi sebagai bagian utama untuk mendukung segala bentuk pembiayaan dalam tata kelola negara termaksud pembangunan negara Indonesia (Riyanda et al., 2014). Sebagai sentral utama penerimaan negara, pajak memiliki 2 fungsi yaitu; 1) fungsi *budgetair* yang digunakan untuk membiayai seluruh pengeluaran rutin pembangunan negara. 2) fungsi *reguleren* yang digunakan untuk mengatur kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi (Wardani & Wati, 2018). Penerimaan pajak hingga kini berkontribusi besar terhadap penerimaan negara sehingga pengoptimalan penerimaan pajak negara Indonesia sangat membutuhkan peran aktif dari wajib pajak dan calon wajib pajak sehingga kepatuhan wajib pajak dapat terwujud (Fachirainy et al., 2021).

Sistem pemungutan pajak secara sukarela atau *self assessment system* di Indonesia diterapkan dengan tingkat kesadaran dan kepatuhan wajib pajak yang tinggi sehingga wajib pajak dapat membayarkan dan melaporkan tanggungjawab perpajakannya secara mandiri (Lasmaya & Fitriani,

2017). Berbeda dengan calon wajib pajak yang belum diwajibkan untuk membayar pajaknya secara mandiri, sehingga calon wajib pajak perlu di berikan edukasi, pelayanan, dan pemahaman agar kedepannya dapat menjadi wajib pajak yang patuh terhadap tanggungjawab perpajakannya secara mandiri (Abrahams & Kristanto, 2016). Mempersiapkan calon wajib pajak potensial kedepannya adalah dengan mengoptimalkan pendekatan pelayanan dan edukasi perpajakan sehingga calon wajib pajak memiliki kepatuhan pajak yang lebih baik (Agus Suharsono, 2020).

Faktor pertama adalah upaya penggunaan konten digital. Penggunaan konten digital adalah bagian dari *tax reform* dapat menjadi pendekatan mendasar DJP untuk menarik minat calon wajib pajak agar dapat memahami bagian-bagian penting dalam ketentuan umum perpajakan sehingga calon wajib pajak dapat menjadi patuh terhadap ketentuan perpajakannya (Agus, 2020). Agus Suharsono (2020) edukasi perpajakan dengan pemanfaatan perkembangan teknologi dan informasi sangat dibutuhkan agar peningkatan calon wajib pajak yang patuh terhadap tanggungjawab wajibnya sebagai warga negara Indonesia dapat meningkat sehingga penerimaan negara melalui sektor perpajakan akan tinggi. Memperkenalkan calon wajib pajak tentang pentingnya membayar pajak dengan pemanfaatan konten digital dapat memberikan pemahaman dan gambaran mendasar sehingga dapat mudah untuk dipahami oleh calon wajib pajak karena sesuai dengan karakteristik generasi muda sebagai generasi *digital native* (Mardinata & Nainggolan, 2021).

Faktor kedua adalah pemahaman media digital. Penggunaan konten digital perlu sejalan dengan pemahaman calon wajib pajak terhadap penggunaan media digital agar calon wajib pajak dapat mengerti dan mengetahui tujuan informasi pelayanan yang disampaikan DJP sehingga calon wajib pajak memiliki pemahaman tentang ketentuan umum pembayaran dan pelaporan perpajakan (Boediono et al., 2019). Pemahaman terhadap media digital menekankan kepada calon wajib pajak agar dapat memahami informasi dari media digital sehingga kecepatan akses informasi dan pelayanan dapat tersampaikan dengan optimal kepada calon wajib pajak (Haryaningsih & Juniwati, 2021). Pemahaman media digital akan sangat penting terhadap terapan *self assessment system* karena akan menarik kepedulian calon wajib pajak tentang pentingnya membayar pajak dan dapat mempermudah calon wajib pajak untuk menerima pelayanan DJP yang memanfaatkan konten digital sebagai media pelayanannya kepada calon wajib pajak (Fachrainy et al., 2021).

Faktor ketiga intensitas pelayanan digital adalah upaya DJP sebagai penjemabatan informasi untuk menjamin pelayanan yang baik kepada masyarakat agar meningkatkan partisipasi aktif calon wajib pajak (Alamri et al., 2021). Upaya pelayanan digital menjadi penting dilakukan oleh DJP untuk mendukung *tax reform* secara menyeluruh baik dalam konsep pelayanan yang memanfaatkan media digital dan pada proses edukasi perpajakan sehingga memudahkan calon wajib pajak untuk berkonsultasi dengan tepat waktu kepada DJP (Amalia, 2020). Gunadi & Widiyanto (2020) pelayanan digital yang intensif dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi akan memudahkan proses pelayanan karena termonitoring secara langsung oleh DJP dan kepada calon wajib pajak secara langsung sehingga akan memberikan edukasi yang lebih sesuai dengan perkembangan zaman..

Berdasarkan uraian diatas, terdapat beberapa bagian yang masih menjadi topik bahasan oleh peneliti yaitu bagaimana meningkatkan kepatuhan wajib pajak kedepannya dengan mempersiapkan calon wajib pajak yang patuh dengan pendekatan penggunaan konten digital yang sesuai dengan perkembangan zaman. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mardinata & Nainggolan (2021) adalah penelitian ini menggunakan variabel konten digital dan pemahaman media digital kepada calon wajib pajak. Tema ini sangat menarik untuk diteliti karena penggunaan konten digital sesuai dengan *tax reform* yang salah satunya tujuannya adalah meningkatkan efisiensi dan efektivitas edukasi perpajakan.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

***Theory Of Planned Behavior* (Teori Perilaku Terencana)**

Menurut teori perilaku terencana, kinerja suatu perilaku adalah fungsi gabungan dari niat dan kontrol perilaku yang dirasakan dengan tingkat presisi yang tinggi (Buess, 2012). Teori ini menggunakan

tiga jenis pertimbangan menurut Lesmana *et al.*, (2017) yaitu: 1) Keyakinan perilaku yang berarti keyakinan tersebut kemungkinan hasil dari perilaku dan evaluasi atas hasil tersebut (*beliefs strength and outcome evaluation*). 2) Keyakinan normatif yang berarti keyakinan tentang harapan normatif orang lain dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut, keyakinan normatif mengakibatkan tekanan sosial yang dirasakan atau norma subyektif (*subjective norm*). 3) Keyakinan kontrol yang berarti keyakinan tentang adanya faktor yang dapat memfasilitasi atau menghambat perilaku yang akan ditampilkan (*control beliefs*) dan persepsi tentang seberapa kuat faktor tersebut.

Penggunaan Konten Digital

Konten menurut KBBI adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Konten dikontekskan dengan penyampaian yang dapat dilakukan melalui medium digital/internet (Sarasti, 2015). Konten digital adalah format penyajian informasi dalam bentuk, seperti: tulisan, gambar, video dan audio (Tambun *et al.*, 2020). Agus Suharsono (2020) penggunaan konten digital merupakan bentuk edukasi dan pendidikan perpajakan jarak jauh yang memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi. Sedangkan konten digital adalah segala sesuatu dalam bentuk visual dan/atau audio dengan media tayang yang dapat ditransmisikan kepada media lain melalui jaringan internet (Puji Astuti Rahayu *et al.*, 2021).

Pemahaman Media Digital

Pemahaman media digital adalah tentang bagaimana pengguna media digital dapat mengerti, mengetahui bagaimana cara penggunaan dan pemanfaatan dari media digital (Pratama & Sudiartana, 2019). Sedangkan dalam penelitian ini pemahaman media digital dikontekskan dengan edukasi perpajakan yang disajikan oleh DJP dalam bentuk tulisan, gambar, video dan audio (Sarasti, 2015).

Intensitas Pelayanan Digital

Pelayanan digital adalah bentuk pelayanan publik yang dibuat oleh DJP kepada wajib pajak dan calon wajib pajak untuk mempermudah pelayanan perpajakan kepada wajib pajak dan edukasi perpajakan kepada calon wajib pajak (Rysaka, 2014). Pelayanan digital merupakan sistem pelayanan berbasis digital yang disediakan oleh DJP untuk membantu kebutuhan calon wajib pajak yang ingin berkonsultasi dan memperoleh edukasi perpajakan (Ali *et al.*, 2019).

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan pajak adalah pemenuhan kewajiban perpajakan sebagai wajib pajak dengan membayar pajak dalam rangka memberikan kontribusi bagi pembangunan negara yang diharapkan didalam pemenuhannya dilakukan secara sukarela (Putra *et al.*, 2019). Kriteria kepatuhan pajak sebagai wajib pajak menurut Amalia (2020) yaitu: 1) tepat waktu dalam menyampaikan surat pemberitahuan (SPT). 2) tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak pada tanggal 31 Desember pada tahun sebelum penetapan sebagai wajib pajak patuh. 3) laporan keuangan yang telah diaudit oleh akuntan publik atau lembaga pengawasan keuangan pemerintah dengan pendapat wajar tanpa pengecualian selama 3 (tiga) tahun berturut-turut. 4) tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terakhir.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Penggunaan Konten Digital Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

DJP mengimplementasikan reformasi perpajakan dengan administrasi perpajakan yang berbasis elektronik untuk mencapai pelayanan berbasis teknologi modern agar kemudahan edukasi perpajakan kepada calon wajib pajak dapat terpenuhi (Arifin & Syafii, 2019). Dengan adanya modernisasi administrasi perpajakan, DJP akan menargetkan penerimaan negara dari sektor pajak akan meningkat dengan mempersiapkan calon wajib pajak patuh (Hernando & Wahyudin, 2020). Penggunaan teknologi ini juga akan mempengaruhi pola pikir individu untuk patuh terhadap kewajibannya sehingga tujuan DJP untuk penggunaan layanan digital dapat berdampak pada kepatuhan pajak yang lebih meningkat (Farida, 2019).

Teori perilaku terencana berkaitan dengan penelitian yang saya lakukan karena penggunaan konten digital akan mempengaruhi perilaku calon wajib pajak untuk patuh terhadap tanggungjawab perpajakannya, dengan adanya perilaku patuh tersebut calon wajib pajak akan memiliki tanggungjawab untuk memenuhi kewajiban perpajakannya ketika menjadi wajib pajak (Lesmana *et al.*, 2017). Hal tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak (Astana and Merkusiwati 2017; Putri 2018; Alpha Hernando and Wahyudin 2020).

H₁ : Penggunaan Konten Digital Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pemahaman Media Digital Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Penggunaan konten digital perlu sejalan dengan pemahaman calon wajib pajak terhadap penggunaan media digital agar calon wajib pajak dapat mengerti dan mengetahui tujuan dari informasi pelayanan yang disampaikan DJP sehingga calon wajib pajak memiliki pemahaman tentang ketentuan umum pembayaran dan pelaporan perpajakan (Boediono *et al.*, 2019). Pemahaman media digital akan terlihat dampaknya, apabila pengguna memiliki pemahaman internet/*interconnected networking*, ini akan memudahkan calon wajib pajak untuk mengakses layanan informasi yang berbasis pada komputer/*smartphone* yang dibuat oleh DJP (Pratama & Sudiartana, 2019).

Teori perilaku terencana berkaitan dengan penelitian saya karena pemahaman calon wajib pajak akan memberikan norma subyektif berupa perilaku disiplin kepada calon wajib pajak untuk patuh terhadap kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku (Lesmana *et al.*, 2017). Pemahaman calon wajib pajak terhadap penggunaan media digital menjadi penting karena DJP pun menargetkan peningkatan penerimaan negara pada sektor perpajakan, hal tersebut didukung oleh penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa pemahaman calon wajib pajak terhadap media digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak (Arifin & Syafii, 2019; Boediono *et al.*, 2019; Haryaningih & Juniwati, 2021).

H₂ : Pemahaman Media Digital Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Intensitas Pelayanan Digital Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Upaya pengoptimalan pelayanan digital merupakan upaya pemerintah melalui DJP untuk memudahkan wajib pajak dan calon wajib pajak mengakses pelayanan perpajakan ditengah keterbatasan mobilitas akibat dampak pandemi covid-19 (Tambun, 2019). Intensitas pelayanan digital adalah faktor internal yang menjadi tanggungjawab DJP untuk mengoptimalkan pelayanan perpajakan, pendapat ini didukung oleh penelitian Astana & Merkusiwati (2017) yang menyatakan bahwa penerapan sistem pelayanan perpajakan modern berpengaruh signifikan terhadap niat patuh pajak.

Teori perilaku terencana berkaitan dengan penelitian saya karena pelayanan digital termaksud *normative beliefs*, artinya intensitas pelayanan digital yang diterapkan oleh DJP dapat memberikan tekanan sosial (*subjective norm*) yang dirasakan oleh calon wajib pajak agar memiliki perilaku patuh terhadap tanggungjawab perpajakannya, sehingga calon wajib pajak akan patuh terhadap tanggungjawabnya sebagai warga negara untuk membayar pajak ketika menjadi wajib pajak (Lesmana *et al.*, 2017). Hal tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa peningkatan pelayanan digital dapat berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak (Amalia, 2020; Gunadi & Widiyanto, 2020).

H₃ : Intensitas Pelayanan Digital Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif di kota Yogyakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *snowball sampling* dan didapatkan data sebanyak 101 responden.

Uji Kualitas Data

Uji kualitas data menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Hasilnya menunjukkan bahwa uji validitas data seluruh item dinyatakan valid, dibuktikan dengan nilai *pearson correlation* > r-tabel diatas

0,50 dan nilai signifikansinya dibawah nilai *alpha* yaitu 0,05. dan uji reliabilitas data seluruh variabel dinyatakan reliabel, dibuktikan dengan nilai *Croancbach's Alpha* > 0,06.

Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini berdasarkan hasil uji asumsi klasik yang telah dilakukan dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini telah lolos dalam pengujian uji asumsi klasik diantaranya uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Berdasarkan uji normalitas nilai *Kolmogrov-Smirnov* sebesar 0,087 dan nilai signifikansinya sebesar 0,056 yang berarti residual berdistribusi secara normal. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas seluruh variabel menunjukkan hasil nilai *tolerance* > 0.01 dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menghasilkan nilai signifikansi dari masing-masing variabel > 0.05.

Uji Hipotesis

Berdasarkan uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan uji f nilai f hitung sebesar 24,531 > 2,70 (f tabel). Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa secara serentak variabel penggunaan konten digital, pemahaman media digital dan Intensitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan pajak memiliki pengaruh positif.

Pengujian hipotesis pertama (H1) Diketahui nilai signifikansi penggunaan konten digital adalah $0,008 < 0,05$ dengan t hitung $3,623 > t$ tabel 1,985, yang membuktikan bahwa penggunaan konten digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil uji hipotesis pertama ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa pemanfaatan teknologi digital dengan penggunaan konten digital sebagai media edukasi dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak (Nirajenani & Merkusiwati, 2018).

Pengujian hipotesis kedua (H2) Diketahui nilai signifikansi pemahaman media digital adalah $0,000 < 0,05$ dengan t hitung $5,187 > t$ tabel 1,985, yang membuktikan bahwa pemahaman terhadap media digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil uji hipotesis kedua ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa pemahaman media digital yang baik oleh pengguna media dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak (Haryaningsih & Juniwati, 2021).

Pengujian hipotesis ketiga (H3) Diketahui nilai signifikansi intensitas pelayanan digital adalah $0,009 < 0,05$ dengan t hitung $2,837 > t$ tabel 1,985, yang membuktikan bahwa intensitas pelayanan digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil uji hipotesis ketiga ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa pelayanan digital yang intensif dengan pemanfaatan perkembangan teknologi dan informasi dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak (Ali et al., 2019).

PEMBAHASAN

Penggunaan Konten Digital Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian hipotesis satu sudah dilakukan menunjukkan bahwa penggunaan konten digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t-hitung 3,623 lebih besar dari nilai t-tabel 1,985 dengan nilai signifikan 0.008, maka H1 terdukung yang berarti bahwa penggunaan konten digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan konten digital akan memberikan edukasi perpajakan kepada calon wajib pajak dalam hal ini mahasiswa untuk patuh terhadap kewajiban perpajakannya karena konten digital merupakan kemasan edukasi perpajakan yang efektif dan efisien dapat dijangkau dengan mudah oleh calon wajib pajak. Hasil pengujian ini juga sejalan dengan teori perilaku terencana, dimana informasi edukasi menggunakan konten digital akan mampu menimbulkan perilaku patuh pajak kepada calon wajib pajak, karena konten digital akan memberikan kemasan edukasi berupa video, audio atau tulisan yang di sediakan oleh DJP tentang pentingnya membayar pajak yang merupakan tanggungjawab wajib setiap warga negara Indonesia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hernando & Wahyudin (2020), Astana & Merkusiwati (2017), yang membuktikan bahwa pemanfaatan teknologi digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pemahaman Media Digital Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian hipotesis dua sudah dilakukan menunjukkan bahwa pemahaman media digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t-hitung 5,187 lebih besar dari nilai t-tabel 1,985 dengan nilai signifikan 0.000, maka H1 terdukung yang berarti bahwa pemahaman media digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman media digital memang diperlukan oleh calon wajib pajak, yang dalam penelitian ini adalah mahasiswa karena pelayanan dan edukasi digital yang diterapkan oleh DJP akan optimal menimbulkan perilaku patuh kepada calon wajib pajak apabila calon wajib pajak memiliki pemahaman media digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori perilaku terencana, dimana pemahaman media digital akan menimbulkan perilaku disiplin terhadap kepatuhan perpajakan apabila calon wajib pajak memahami ketentuan peraturan perpajakan melalui pelayanan digital yang dibuat oleh DJP, hal ini akan menjadi *subjective norm* yang menimbulkan perilaku disiplin kepada calon wajib pajak untuk patuh terhadap kewajiban perpajakannya ketika menjadi wajib pajak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Haryaningsih and Juniwati (2021) yang membuktikan bahwa pemahaman media digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Intensitas Pelayanan Digital Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian hipotesis tiga sudah dilakukan menunjukkan bahwa pelayanan digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t-hitung 2,837 lebih besar dari nilai t-tabel 1,985 dengan nilai signifikan 0.009, maka H1 terdukung yang berarti bahwa pelayanan digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan intensitas pelayanan digital perlu dikembangkan oleh DJP sehingga dapat memperluas akses pelayanan digital dan dengan edukasi perpajakan pada proses pelayanan digital sehingga dapat menarik calon wajib pajak dalam penelitian ini yaitu mahasiswa, pelayanan digital akan menimbulkan perilaku patuh calon wajib pajak terhadap tanggungjawab perpajakannya ketika menjadi wajib pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori perilaku terencana dimana intensitas yang tinggi terhadap pelayanan digital akan menjadi tekanan sosial (*subjective norm*) kepada calon wajib pajak sehingga dapat menimbulkan perilaku patuh calon wajib pajak terhadap tanggungjawab perpajakannya ketika menjadi wajib pajak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Gunadi and Widiyanto (2020) yang membuktikan bahwa peningkatan pelayanan digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan konten digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Pemahaman media digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Intensitas pelayanan digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Keterbatasan dari penelitian ini adalah jumlah responden yaitu 101 responden sehingga belum menggambarkan secara menyeluruh seluruh populasi yaitu mahasiswa di kota Yogyakarta.

Saran bagi penelitian berikutnya adalah dengan menambahkan jumlah variabel baru atau berbeda dengan penelitian ini, yang dapat memberikan edukasi efektif dan berdampak kepada calon wajib pajak agar dapat menjadi wajib pajak patuh setelah calon wajib pajak tersebut menjadi wajib pajak kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Suharsono. (2020a). Optimalisasi Edukasi Perpajakan Bagi Generasi Millennial Melalui Video. *Jurnal E-Perpajakan*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.31540/jpm.v2i2.612>
- Ajzen, I. (1985). Consumer attitudes and behavior: the theory of planned behavior applied to food consumption decisions. *Italian Review of Agricultural Economics*, 70(2), 121–138. <https://doi.org/10.13128/REA-18003>
- 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. *JIAIP (Jurnal Ilmu Administrasi Publik)*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.31764/jiap.v7i1.770>
- Alpha Hernando, R., & Wahyudin, D. (2020). Modernisasi Administraasi Perpajakan dalam Rangka Optimalisasi Pelayanan Pajak Berbasis Digital. *Jurnal Pajak Vokasi (JUPASI)*, 1(2), 119–125. <https://doi.org/10.31334/jupasi.v1i2.819>
- 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>
- Arifin, S. B., & Syafii, I. (2019). Penerapan E-Filing, E-Billing Dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kpp Pratama Medan Polonia. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 5(1), 9. <https://doi.org/10.31289/jab.v5i1.1979>
- Asmoro, D. (2019). *Pengembangan Dan Pelatihan Perpajakan Games Edukasi Perpajakan Untuk Meningkatkan Kesadaran Pajak Early Tax Payer*.
- Astana, I. W. S., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2017). Pengaruh Penerapan Sistem Administrasi Perpajakan Modern Dan Kesadaran Wajib Pajak Pada Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Januari*, 181, 2302–8556.
- 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), 22–37. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v3i1.2286>
- Buess, M. (2012). Metastasieres nierenzellkarzinom: Heutige therapeutische optionen. *Tagliche Praxis*, 53(1), 51–58.
- Fachirainy, A., Hindria, R., & Ermawati. (2021). Kepatuhan Pajak Generasi Muda sebagai Calon Wajib Pajak Potensial. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 2, 188–204.
- Gunadi, F., & Widiyanto, S. R. (2020). Efektifitas Pelaporan Pajak Online di Indonesia Berbasis Cobit 5.0 pada Domain MEA (Monitor, Evaluate, Assess). *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, 82–85. <http://seminar-id.com/prosiding/index.php/sainteks/article/view/409>
- Haryaningsih, S., & Juniwati, J. (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. <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/reformasi/article/view/1435>
- I Wayan Mei Soma Eka Pratama, A. Y., & Sudiartana, I. M. (2019). Pengaruh Penerapan Sistem E-Filing Dan E-Billing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pemahaman Internet Sebagai Variabel Moderasi pada Kpp Pratama Gianyar. *Jurnal Sains, Akuntansi Dan Manajemen (JSAM)*, 1(4), 449–488.
- Jumaidy, L. T., & Nabila, D. T. Della. (2021). *Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Kecil*. 1(2), 55–58.
- Lasmaya, S. M., & Fitriani, N. N. (2017). Pengaruh Self Assesment System Terhadap. *Computech & Bisnis*, 11(2), 69–78.
- Lesmana, D., Panjaitan, D., & Maimunah, M. (2017). *Tax Compliance Ditinjau dari Theory of Planned Behavior (TPB) : Studi Empiris Pada Wajib Pajak Orang Pribadi dan Badan yang Terdaftar Pada KPP di Kota Palembang*. 13(2), 354–366.
- Mardinata, Y., & Nainggolan, P. (2021). *Kepada Calon Wajib Pajak Masa Depan The Importance of Tax Knowledge and Tax Socialization to Future Taxpayer Prospectives*. 5(2), 135–142.

- Nabila, D. T. Della, S, I. D. K. Y., & Manan, A. (2019). *Edukasi Penggunaan E-Filing Melalui Program Relawan Pajak 2019*. 1(2), 217–222.
- Nadia Fajriana, G. I., & Andayani, W. (2020). *Peran Keadilan Dan Kepercayaan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Menengah*. 4(2), 228–244.
- Pebrina, R., & Hidayatulloh, A. (2020). Pengaruh penerapan e-spt, pemahaman peraturan perpajakan, sanksi perpajakan, dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 1–8.
- Pratiwi, S. R., & Nainggolan, Y. T. (2021). *ARSY : Aplikasi Riset kepada Masyarakat*. 2(2), 14–23.
- Puji Astuti Rahayu, Elvira M, S. F., & Putri Dewanti, M. P. (2021). Analisis Kebijakan dan Implementasi Perpajakan Wajib Pajak Orang Pribadi Pembuat Konten Online di Negara Amerika Serikat, Korea Selatan, Filipina, dan Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 8(01), 53–65. <https://doi.org/10.35838/jrap.2021.008.01.05>
- Putra, W. E., Kusuma, I. L., & Dewi, M. W. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus pada Wajib Pajak Orang Pribadi dan Badan di Wilayah Kota Jambi. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 20(1), 43. <https://doi.org/10.29040/jap.v20i1.360>
- Putri, A. A. (2018). Kepatuhan Wajib Pajak: Studi Aspek Penerapan E-Filing, Pemahaman Perpajakan, Kesadaran dan Sosialisasi Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 8, 2. <http://ejurnal.umri.ac.id/index.php/jae/article/view/1151>
- Riyanda, R., Putra, R., & Handayani, S. R. (2014). Pengaruh sanksi administrasi sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan penyampaian spt tahunan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal E-Perpajakan*, 1(1), 1–10.
- Rysaka, N. (2014). Penerapan Sistem Elektronik Dalam Pelayanan Perpajakan (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara). *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 2(3), 420–425.
- Saputra, H. (2019). Analisa Kepatuhan Pajak Dengan Pendekatan Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior) (Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi Di Provinsi Dki Jakarta). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 47. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.2320>
- Tambun, S. (2019). *Pengaruh Digitalisasi Layanan Pajak Dan Cooperative Compliance Terhadap Upaya Pencegahan Tax avoidance Dimoderasi Kebijakan Fiskal Di Masa Pandemi Covid 19*. 4(2), 1–10.
- Tambun, S., Sitorus, R. R., & Pramudya, T. A. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model Dan Digital taxation Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pemahaman Internet Sebagai Variabel Moderating. *Balance Vocation Accounting Journal*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.31000/bvaj.v4i1.2699>
- Wardani, D. K., & Rumiayatun, R. (2017). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor, Dan Sistem Samsat Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Akuntansi*, 5(1), 15. <https://doi.org/10.24964/ja.v5i1.253>
- Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19358>
- Wulandari, T., & Suyanto, S. (2016). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Tingkat Pendidikan, Dan Sanksi Administrasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Melakukan Pembayaran Pajak Bumi Dan Bangunan (Studi Kasus Pada Kantor Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Sleman). *Jurnal Akuntansi*, 2(2). <https://doi.org/10.24964/ja.v2i2.38>