

Pengaruh Edukasi Pajak Berbasis Media Sosial dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Penerimaan Pajak dengan Kepatuhan Wajib Pajak

Feby Puji Sartini^{1*} dan Hairul Triwanti²

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

Journal of Economics and Management Sciences is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



ARTICLE HISTORY

Received: 05 June 25

Final Revision: 19 June 25

Accepted: 21 June 25

Online Publication: 30 June 25

KEYWORDS

Compliance, Social Media, Tax Education, Taxpayer Awareness, Tax Revenue

KATA KUNCI

Edukasi Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Kepatuhan, Media Sosial, Penerimaan Pajak

CORRESPONDING AUTHOR

febypujisartini@gmail.com

DOI

10.37034/jems.v7i3.138

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of social media-based tax education and taxpayer awareness on tax revenue, with taxpayer compliance as a mediating variable. The study uses a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to 100 respondents who are followers of the official Twitter account of the Directorate General of Taxes (@DitjenPajakRI). The data analysis technique was carried out using the Structural Equation Modeling (SEM) method based on Partial Least Square (PLS-SEM) using the SmartPLS 4.0 application. The results of the study indicate that social media-based tax education and taxpayer awareness have a positive and significant effect on taxpayer compliance and tax revenue. In addition, taxpayer compliance is proven to significantly mediate the relationship between education and awareness of tax revenue, which means that both will only have an optimal impact on state revenue if they encourage compliant actions from taxpayers. These findings support agency theory and compliance theory, and highlight the importance of the role of digital education and taxpayer awareness as an effort to build an effective self-assessment-based tax system.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh edukasi pajak berbasis media sosial dan kesadaran wajib pajak terhadap penerimaan pajak, dengan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengikut akun Twitter resmi Direktorat Jenderal Pajak (@DitjenPajakRI). Teknik analisis data dilakukan dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS-SEM) menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa edukasi pajak berbasis media sosial dan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak maupun penerimaan pajak. Selain itu, kepatuhan wajib pajak terbukti memediasi secara signifikan hubungan antara edukasi dan kesadaran terhadap penerimaan pajak, yang berarti bahwa keduanya hanya akan berdampak optimal terhadap penerimaan negara apabila mendorong tindakan patuh dari wajib pajak. Temuan ini mendukung teori agensi dan teori kepatuhan, serta menyoroti pentingnya peran edukasi digital dan kesadaran wajib pajak sebagai upaya membangun sistem perpajakan berbasis *self-assessment* yang efektif.

1. Pendahuluan

Pajak menjadi salah satu elemen krusial bagi Indonesia sebagai sumber utama penerimaan dan pendapatan negara [1]. Peran masyarakat dalam sistem perpajakan mencakup kepatuhan, kesadaran akan pentingnya pajak, dan partisipasi dalam pembangunan. Kesadaran, edukasi, dan keterlibatan masyarakat menjadi dasar utama untuk membangun perekonomian yang stabil, layanan publik yang baik, serta kesejahteraan yang merata [2]. Peningkatan kebutuhan pembangunan dan tantangan ekonomi negara mendorong pemerintah untuk semakin mengoptimalkan penerimaan pajak.

Pemerintah Indonesia menargetkan penerimaan pajak pada tahun 2025 melebihi Rp 2.189,3 triliun, sebuah pencapaian baru yang diharapkan dapat mendukung

pembangunan nasional. Namun, Indonesia masih menghadapi tantangan berupa rendahnya rasio pajak jika dibandingkan dengan negara-negara tetangga. Staf Ahli Menteri Keuangan Bidang Pengawasan Pajak DJP Kemenkeu, Nufansa Wira Sakti, menyatakan, "Kita menyadari bahwa rasio pajak kita masih rendah dibandingkan dengan negara tetangga" [3]. Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati menyebutkan bahwa tahun ini merupakan salah satu periode yang paling berat baginya sebagai Menteri Keuangan. Salah satu faktor utama adalah pertumbuhan penerimaan pajak yang masih berada di zona negatif. Hingga 31 Oktober 2024, penerimaan pajak tercatat tumbuh hanya sebesar 0,4 persen, dengan total realisasi mencapai Rp 1.517,5 triliun. Jumlah ini baru mencapai 76,3 persen dari target penerimaan pajak yang ditetapkan sebesar Rp

1.818,2 triliun. Sebagai perbandingan, pada tahun 2023, pertumbuhan penerimaan pajak mencapai 5,3 persen, yang berarti ada penurunan sekitar 4,9 persen [4].

Namun, efektivitas edukasi pajak melalui media sosial serta tingkat kesadaran wajib pajak dalam meningkatkan penerimaan pajak masih menjadi pertanyaan terbuka. Data menunjukkan bahwa meskipun terjadi peningkatan rasio kepatuhan pelaporan SPT dalam beberapa tahun terakhir, angka kepatuhan belum mencapai 100 persen, mengindikasikan adanya celah dalam upaya optimalisasi penerimaan pajak [5]. Kurangnya pemahaman, ketidakpercayaan terhadap sistem perpajakan, serta persepsi negatif terhadap penggunaan dana pajak menjadi hambatan utama dalam membangun kepatuhan dan partisipasi masyarakat [6].

Melihat kompleksitas faktor yang memengaruhi penerimaan pajak, penelitian ini menyoroti dua faktor utama: edukasi pajak berbasis media sosial dan kesadaran wajib pajak. Edukasi pajak berperan dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai hak dan kewajiban perpajakan [7]. Sedangkan kesadaran wajib pajak mencerminkan sikap dan niat sukarela individu dalam memenuhi kewajiban [8].

Namun demikian, studi-studi sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Beberapa menemukan pengaruh signifikan antara edukasi dan penerimaan pajak, sementara lainnya tidak [9]. Demikian pula dengan variabel kesadaran wajib pajak yang hasil penelitiannya masih [10]. Perbedaan ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengidentifikasi variabel lain yang mungkin menjembatani pengaruh tersebut.

Oleh karena itu, pemerintah dan lembaga terkait perlu proaktif mengadakan program edukasi yang dirancang untuk menjangkau berbagai kalangan. Media sosial bisa menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan informasi perpajakan secara lebih interaktif dan menarik [11]. Edukasi pajak merupakan upaya untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman wajib pajak terhadap pelaksanaan undang-undang perpajakan [12].

Beberapa faktor yang dapat memengaruhi penerimaan pajak ini, antara lain, yaitu:

- a) Optimalisasi Edukasi Perpajakan Melalui Konten Digital [13].
- b) Tingkat Pendidikan, Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Pajak dan Sosialisasi Pajak [14].
- c) Kesadaran Wajib Pajak, Kegiatan Sosialisasi Perpajakan, dan Pemeriksaan Pajak [15].

Peneliti akan melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil dua faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak, yaitu, edukasi pajak, kesadaran wajib pajak dan

menambahkan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel mediasi. Penelitian ini berlandaskan pada Teori Agensi (*Agency Theory*) dan Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*). Teori Agensi menjelaskan adanya asimetri informasi antara pemerintah sebagai prinsipal dan wajib pajak sebagai agen, yang dapat mengarah pada tindakan oportunistik jika tidak dibarengi dengan edukasi dan kontrol yang tepat [16]. Sedangkan Teori Kepatuhan menyoroti faktor-faktor normatif dan instrumental yang mendorong seseorang untuk taat terhadap aturan yang berlaku, termasuk dalam konteks perpajakan [17].

Dengan fokus pada pengikut akun Twitter resmi @DitjenPajakRI, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh edukasi pajak berbasis media sosial dan kesadaran wajib pajak terhadap penerimaan pajak, dengan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel mediasi. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis dalam literatur perpajakan serta masukan praktis bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam merancang strategi komunikasi dan peningkatan kepatuhan yang lebih efektif melalui media sosial.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk menguji pengaruh edukasi pajak berbasis media sosial dan kesadaran wajib pajak terhadap penerimaan pajak, dengan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel mediasi. Penelitian ini berfokus pada hubungan kausal antar variabel dan mengukur seberapa besar pengaruh langsung maupun tidak langsung antar konstruk yang diteliti. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner secara daring. Penelitian dilakukan terhadap wajib pajak orang pribadi yang merupakan pengikut akun Twitter resmi @DitjenPajakRI, dengan waktu pelaksanaan dimulai pada bulan Mei 2025 hingga seluruh data berhasil dikumpulkan dan diolah.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengikut akun Twitter @DitjenPajakRI yang berjumlah 268.907 akun. Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode non-probability sampling dengan pendekatan accidental sampling, yakni pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang bersedia dan memenuhi kriteria sebagai wajib pajak serta bersedia mengisi kuesioner secara sukarela.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner berbasis skala Likert 4 poin, yang terdiri dari empat tingkat penilaian: sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), setuju (3), dan sangat setuju (4). Variabel edukasi pajak

berbasis media sosial diukur melalui indikator seperti kejelasan isi pesan, kemudahan akses, daya persuasi, serta relevansi konten dengan kewajiban perpajakan. Kesadaran wajib pajak diukur melalui indikator pemahaman akan fungsi pajak, kesediaan membayar pajak tanpa paksaan, serta kepercayaan terhadap sistem perpajakan. Kepatuhan wajib pajak dinilai berdasarkan kepatuhan formal (pelaporan dan pembayaran tepat waktu) dan kepatuhan material (kepatuhan terhadap substansi peraturan). Sedangkan penerimaan pajak diukur melalui indikator seperti kepastian hukum, efektivitas sistem administrasi, serta kualitas pelayanan dan kebijakan perpajakan.

Teknik pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan *Google Form*, yang dibagikan kepada target responden melalui kanal media sosial. Seluruh data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* berbasis *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. Analisis data terdiri dari dua tahap utama, yaitu evaluasi *outer model* dan evaluasi *inner model*. *Outer model* digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator terhadap konstraknya melalui pengujian *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*. Sedangkan *inner model* digunakan untuk menguji hubungan antar variabel, uji *R-square*, dan uji *indirect effect* untuk mengetahui peran mediasi kepatuhan wajib pajak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kepatuhan wajib pajak dapat memperkuat pengaruh edukasi dan kesadaran terhadap peningkatan penerimaan pajak. Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana strategi edukasi digital dan peningkatan kesadaran pajak dapat berdampak nyata terhadap kepatuhan wajib pajak dan kontribusi wajib pajak dalam mendukung penerimaan negara.

3. Hasil dan Pembahasan

Analisis dilakukan menggunakan pendekatan *Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* dengan *software* SmartPLS 4.0. Pengujian model dilakukan dalam dua tahap, yaitu pengujian *outer model* dan *inner model*. Pengujian *outer model* bertujuan untuk mengevaluasi validitas konvergen dan reliabilitas konstruk. Nilai AVE digunakan untuk mengukur validitas konvergen seperti pada Tabel 1, sedangkan *Cronbach's Alpha (CA)* dan *Composite Reliability (CR)* mengukur reliabilitas yang terlihat pada Tabel 2. Berdasarkan Tabel 1, seluruh konstruk

memiliki nilai AVE di atas 0,5. Pada Tabel 2, nilai reliabilitas di atas 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen dalam penelitian ini valid dan reliabel untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 1. Tes Validitas

Variabel	Item	Outer loading	AVE	Result
Edukasi Pajak Berbasis Media Sosial	X1.1	0,782	0,583	Valid
	X1.2	0,783		Valid
	X1.3	0,734		Valid
	X1.4	0,744		Valid
	X1.5	0,771		Valid
Kesadaran Wajib Pajak	X2.1	0,883	0,672	Valid
	X2.2	0,798		Valid
	X2.3	0,737		Valid
	X2.4	0,855		Valid
	X2.5	0,820		Valid
Kepatuhan Wajib Pajak	Z1	0,707	0,556	Valid
	Z2	0,748		Valid
	Z3	0,779		Valid
	Z4	0,744		Valid
	Z5	0,747		Valid
Penerimaan Pajak	Y1	0,705	0,655	Valid
	Y2	0,796		Valid
	Y3	0,835		Valid
	Y4	0,873		Valid
	Y5	0,827		Valid

Tabel 2. Tes Reliabilitas

Variabel	CA	CR	Result
Edukasi Pajak Berbasis Media Sosial	0,822	0,875	Reliabel
Kesadaran Wajib Pajak	0,878	0,911	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak	0,802	0,862	Reliabel
Penerimaan Pajak	0,868	0,904	Reliabel

Inner Model Analysis, nilai *R-square (R²)* digunakan untuk melihat kemampuan konstruk eksogen dalam menjelaskan variasi konstruk endogen. Nilai *R-square* dapat dilihat pada Tabel 3.

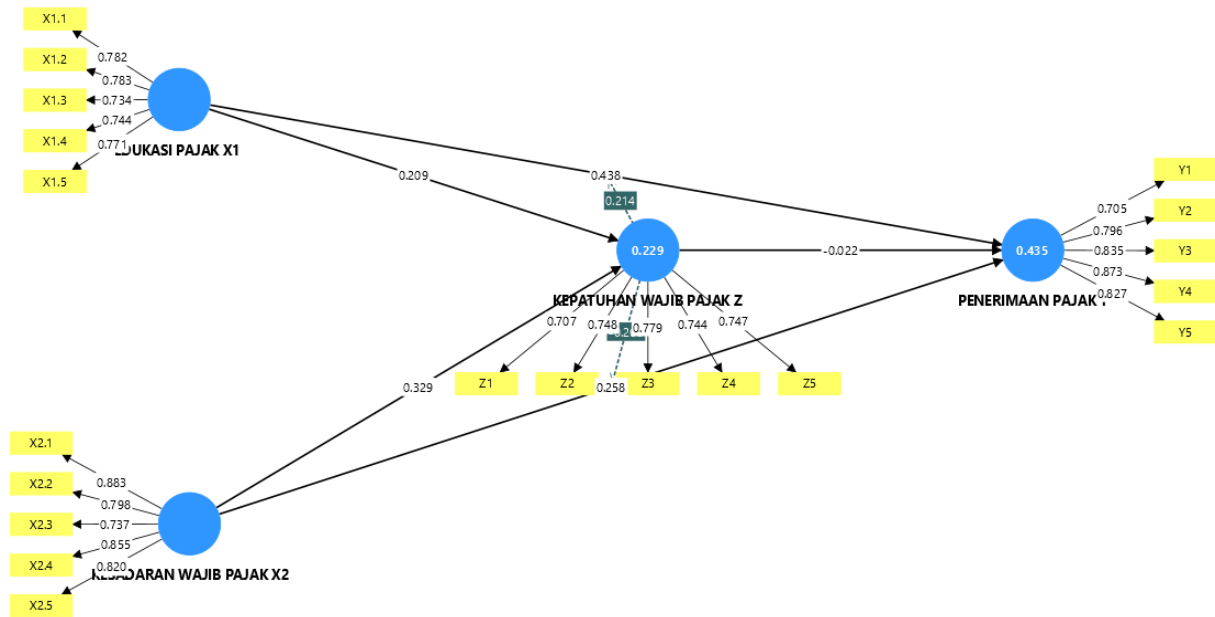
Tabel 3. R-Square

Variabel	R-Square	Adjusted R-Square
Kepatuhan Wajib Pajak (Z)	0,229	0,213
Penerimaan Pajak (Y)	0,435	0,405

Pada Tabel 3, nilai *R-Square* untuk kepatuhan wajib pajak sebesar 0,229 menunjukkan bahwa 22,9% variabilitas kepatuhan wajib pajak dapat dijelaskan oleh edukasi pajak berbasis media sosial dan kesadaran wajib pajak. Sisanya 77,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Sementara itu, nilai *R-Square* untuk penerimaan pajak sebesar 0,435 berarti bahwa 43,5% variasi dalam penerimaan pajak dapat dijelaskan oleh edukasi pajak berbasis media sosial, kesadaran, dan kepatuhan wajib pajak. Sisanya 56,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Nilai ini menunjukkan model memiliki kemampuan penjelasan yang cukup baik.

Tabel 4. Hypothesis Testing

Hypothesis	Relationship	Path Coefficient	Standard Deviation	T Statistics	P Values	Result
H1	(X1) → (Z)	0,209	0,126	1,659	0,049	Accepted
H2	(X2) → (Z)	0,329	0,127	2,591	0,005	Accepted
H3	(X1) → (Y)	0,438	0,121	3,612	0,000	Accepted
H4	(X2) → (Y)	0,258	0,123	2,099	0,018	Accepted
H5	(Z) → (X1) → (Y)	0,214	0,108	1,986	0,024	Accepted
H6	(Z) → (X2) → (Y)	-0,265	0,100	2,653	0,004	Accepted



Gambar 2. Struktural Model

Berdasarkan hasil uji hipotesis, sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 4 dan Gambar 2, membuktikan bahwa Edukasi Pajak Berbasis Media Sosial (X1), Kesadaran Wajib Pajak (X2), berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Z) dan Edukasi Pajak Berbasis Media Sosial (X1), Kesadaran Wajib Pajak (X2), berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan Pajak (Y). Sementara itu, hasil pengujian juga menunjukkan bahwa Kepatuhan Wajib Pajak (Z) memiliki pengaruh mediasi yang signifikan terhadap variabel (X1) dengan Penerimaan Pajak (Y), sedangkan Kepatuhan Wajib Pajak (Z) tidak memiliki pengaruh mediasi yang signifikan terhadap hubungan antara variabel Kesadaran Wajib Pajak (X2) dengan Penerimaan Pajak (Y).

a) Pengaruh Edukasi Pajak Berbasis Media Sosial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil uji menunjukkan bahwa edukasi pajak berbasis media sosial berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak ($T = 1,659$; $P = 0,049 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa konten yang disampaikan melalui media sosial seperti Twitter @DitjenPajakRI memiliki pengaruh yang nyata terhadap pembentukan sikap patuh. Media sosial mampu menyampaikan informasi secara luas, cepat, dan disesuaikan dengan karakteristik wajib pajak modern, khususnya generasi muda. Temuan ini menguatkan peran edukasi dalam meningkatkan literasi pajak, sebagaimana dinyatakan dalam teori kepatuhan normatif. Penelitian ini mendukung hasil studi yang menyatakan bahwa edukasi digital mampu meningkatkan pemahaman yang berdampak pada perilaku [18], [19].

b) Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil uji menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak ($T = 2,591$; $P = 0,005 < 0,05$). Artinya, pemahaman tentang pentingnya pajak bagi keberlangsungan negara dan kesadaran moral untuk berkontribusi secara sukarela mendorong perilaku patuh. Dalam teori atribusi, kesadaran dipandang sebagai faktor internal yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk mematuhi peraturan. Hasil ini mendukung penelitian yang menyatakan bahwa kesadaran yang tinggi cenderung menghasilkan kepatuhan yang konsisten dan tidak bersifat semu [6], [20].

c) Pengaruh Edukasi Pajak Berbasis Media Sosial terhadap Penerimaan Pajak

Hasil uji menunjukkan bahwa edukasi pajak berbasis media sosial berpengaruh yang signifikan terhadap penerimaan pajak ($T = 3,612$; $P = 0,000 < 0,05$). Edukasi yang baik meningkatkan kemampuan wajib pajak dalam memahami prosedur dan kewajiban, sehingga memperbesar kemungkinan mereka membayar pajak secara benar dan tepat waktu. Hal ini mengindikasikan bahwa edukasi tidak hanya berdampak pada perubahan perilaku, tetapi juga pada hasil akhir berupa penerimaan fiskal. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang menekankan bahwa literasi pajak merupakan salah satu determinan penerimaan negara [21].

d) Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Penerimaan Pajak

Hasil uji menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak juga berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak ($T = 2,099$; $P = 0,018 < 0,05$). Ketika kesadaran meningkat, maka kepatuhan formal dan material juga cenderung meningkat, yang pada akhirnya meningkatkan potensi penerimaan negara. Ini mendukung pendekatan normatif yang menyatakan bahwa persepsi positif terhadap sistem perpajakan akan memperkuat legitimasi dan kepatuhan secara sukarela. Hasil ini juga konsisten dengan penelitian yang menyatakan bahwa persepsi moral wajib pajak merupakan komponen penting dalam penguatan basis penerimaan [22].

e) Peran Mediasi Kepatuhan Wajib Pajak dalam Pengaruh Edukasi Berbasis Media Sosial terhadap Penerimaan Pajak

Hasil uji menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak terbukti memediasi hubungan antara edukasi pajak berbasis media sosial dan penerimaan pajak ($T = 1,986$; $P = 0,024 < 0,05$). Artinya, edukasi pajak tidak secara langsung meningkatkan penerimaan jika tidak disertai perilaku patuh. Edukasi berperan sebagai pemicu kesadaran, namun dampaknya terhadap penerimaan fiskal hanya akan maksimal apabila individu menindaklanjutinya dengan pelaporan dan pembayaran pajak sesuai ketentuan. Ini menguatkan pandangan bahwa edukasi perlu diarahkan tidak hanya untuk membentuk pengetahuan, tetapi juga komitmen perilaku. Temuan ini mendukung kerangka teori kepatuhan dan teori agensi yang mengedepankan pentingnya penguatan fungsi kontrol melalui pemahaman.

f) Peran Mediasi Kepatuhan Wajib Pajak dalam Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Penerimaan Pajak

Demikian pula, hasil uji menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak memediasi pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap penerimaan pajak ($T = 2,653$; $P = 0,004 < 0,05$). Namun, arah mediasi menunjukkan bahwa kesadaran tanpa kepatuhan tidak cukup meningkatkan penerimaan negara secara optimal. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara kesadaran dan tindakan aktual wajib pajak. Meskipun mereka menyadari pentingnya pajak, bisa jadi masih terdapat hambatan seperti ketidaktahuan prosedur, keraguan terhadap sistem, atau minimnya insentif kepatuhan. Oleh karena itu, intervensi edukatif dan sistem pelayanan yang lebih mudah, adil, dan transparan perlu diperkuat agar kesadaran yang ada dapat sepenuhnya dikonversi menjadi perilaku patuh yang berdampak pada penerimaan pajak.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan metode SEM-PLS dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Edukasi pajak berbasis media sosial berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Kesadaran wajib pajak juga berpengaruh positif terhadap kepatuhan, wajib pajak yang menyadari pentingnya pajak bagi pembangunan negara lebih cenderung untuk patuh tanpa tekanan eksternal. Edukasi pajak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak, edukasi yang baik meningkatkan partisipasi aktif wajib pajak. Kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh langsung terhadap penerimaan pajak, hal ini menunjukkan bahwa pemahaman moral dan sikap positif terhadap kewajiban perpajakan turut berkontribusi dalam pencapaian target fiskal pemerintah. Kepatuhan wajib pajak terbukti memediasi pengaruh edukasi pajak terhadap penerimaan pajak, edukasi akan berdampak lebih maksimal terhadap penerimaan jika mampu mendorong perubahan perilaku patuh dari wajib pajak. Kepatuhan wajib pajak juga memediasi pengaruh kesadaran terhadap penerimaan pajak. Namun, adanya efek negatif dalam jalur mediasi ini menunjukkan bahwa kesadaran belum sepenuhnya dikonversi menjadi perilaku patuh, sehingga tidak optimal dalam meningkatkan penerimaan pajak.

Daftar Rujukan

- [1] Andriani, A., Damanik, I. J., & Vientiany, D. (2024). Pengenalan Sistem Perpajakan Dengan Memahami Dasar-Dasar Pajak Bagi Masyarakat. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 589–595. <https://doi.org/10.61722/jrme.v1i3.1802>
- [2] Destia, F., & Nurdin, F. (2022). Perilaku kepatuhan pajak: persepsi calon wajib pajak potensial. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 8(1), 147-162. <https://doi.org/10.24252/jiap.v8i1.28373>
- [3] Fahri, S. B. P., Mayrazaka, A. I., & Hayya, M. (2021). Optimalisasi Kesadaran Membayar Pajak Bagi Pemuda Melalui Platform Media Sosial Di Era New Normal. *Paulus Journal of Accounting (PJA)*, 3(1), 77–90
- [4] Tirto.id. (2024). Di Balik Rendahnya Kepatuhan Wajib Pajak Laporan SPT Tahunan. <https://tirto.id/di-balik-rendahnya-kepatuhan-wajib-pajak-lapor-spt-tahunan-gW94>
- [5] Syadat, F. A., Kusyeni, R., & Fauziah, E. (2022). Analisis Efektivitas Edukasi Perpajakan bagi Generasi Milenial melalui Media Sosial Instagram dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak (Studi Kasus di Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Barat II). *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 9(1), 70-81. <https://doi.org/10.31334/reformasi.v9i1.2998>
- [6] Nugroho, V. Q., & Kurnia, K. (2020). Pengaruh sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(1).
- [7] Nainggolan, B., & Pinem, S. J. P. (2019). Analisis Pengaruh Sosialisasi Pajak, sanksi pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak terhadap Penerimaan Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Madya Medan. *Journal of economic, Business and*

- Accounting*, 2(2), 256-262. <https://doi.org/10.31539/costing.v2i2.565>
- [8] Hendriyadi, M. R., Hutadjulu, L. Y., & Bleskadit, N. H. (2020). Pengaruh Pengetahuan Pajak Dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kesadaran Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Dan Dampaknya Terhadap Persepsi Atas Penerimaan Pajak. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah*, 15(2), 11-18. <https://doi.org/10.52062/jakd.v15i2.1621>
- [9] Wahyuni, N. K. D., Mahaputra, I. N. K. A., & Sudiartana, I. M. (2022). Pengaruh Kebijakan Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Kepercayaan Wajib Pajak Dan Ketegasan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Badung Utara. *KARMA (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 2(1), 2241-2249.
- [10] Yanti, N. M. D. A., Artaningrum, R. G., & Wasita, P. A. A. (2022). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kegiatan Sosialisasi Perpajakan, dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan Di KPP Pratama Tabanan. *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 17(1).
- [11] Tempo. (2024). Sri Mulyani Cerita Tahun Ini Sangat Berat, Pertumbuhan Penerimaan Pajak Negatif. <https://www.tempo.co/ekonomi/sri-mulyani-cerita-tahun-ini-sangat-berat-pertumbuhan-penerimaan-pajak-negatif-1167633>
- [12] Putri, R. F. M. (2024). Pentingnya Edukasi Pajak, Mengatasi Ketidapahaman dan Memperbaiki Sistem Perpajakan. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/rachelputri6159/66afab8734777c6daf051cc9/pentingnya-edukasi-pajak-mengatasi-ketidapahaman-dan-memperbaiki-sistem-perpajakan?page=all#section1>
- [13] Indriani, A., Modjaningrat, R., Saminem, S., Sukardi, S., Syamsiah, N., & Kharie, S. M. (2023). Sosialisasi Perpajakan Peadanan NIK Menjadi NPWP Serta Tata Cara Pelaporan SPT PPh Orang Pribadi Dan UMKM. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 821-835. <https://doi.org/10.46306/jabb.v4i1.518>
- [14] Handoko, E. A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Pajak dan Penyuluhan Edukasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 4292–4299. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- [15] Maleha, N. Y., & Ghina, A. (2024). Efektivitas Pelatihan Pelaporan Pajak Penghasilan dalam Meningkatkan Kepatuhan Pajak Guru SD Negri 13 Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 8(2), 129–137. <https://doi.org/10.36982/jam.v8i2.4196>
- [16] Putra, A. F. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM: Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak, dan Modernisasi Sistem. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 7(01), 1–12. <https://doi.org/10.35838/jrap.v7i01.1212>
- [17] Hartinah, D. A. S., Kusumawati, A., & Rasyid, S. (2022). Analisis Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi: Sosialisasi Pajak Sebagai Variabel Moderasi. *Owner*, 7(1), 195–218. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1262>
- [18] Sari, D. K., Fitrianty, R., & Rahayu, S. (2022). Pengaruh Edukasi, Pengawasan dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Peningkatan Kepatuhan Pajak di KPP Pratama Surabaya Genteng. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(6), 6304–6320.
- [19] Adawiyah, R., Rahmawati, Y., & Eprianto, I. (2023). Literature Review: Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Pemahaman Peraturan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Economina*, 2(9), 2310–2321. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.812>
- [20] Ainun, W. O. N., Tasmita, Y. N., & Irsan. (2022). Pengaruh Sikap, Kesadaran Wajib Pajak, dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan di Kecamatan Pasarwajo Kabupaten Buton. *KAMPUA : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1, 72–78.
- [21] Nadia, P., & Kartika, R. (2020). Pengaruh Inflasi, Penagihan Pajak dan Penyuluhan Pajak terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(2), 497. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i2.928>
- [22] Ayu, G. L., Sriwiyanti, E., & Damanik, E. O. (2022). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Perpajakan Dan Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Terhadap Penerimaan Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Accusi*, 4(1), 31–39. <https://doi.org/10.36985/jia.v4i1.347>