



## Pengaruh Pengetahuan Pajak, Gaya Hidup, Kesadaran Wajib Pajak Dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Gen Z

Helmy Fardiansyah Effendi<sup>a,1,\*</sup>, Sarah Yuliarini<sup>b,2</sup>

<sup>a,b</sup> Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Indonesia

<sup>1</sup> effendihelmy31@gmail.com\*; <sup>2</sup> sarahyuliarini@uwks.ac.id

\* corresponding author

### INFO ARTIKEL

#### Kemajuan Artikel

Masuk  
18 Februari 2025  
Diperbaiki  
18 Maret 2025  
Diterima  
14 April 2025

#### Keywords

Tax Knowledge  
Gen Z  
Taxpayer Awareness  
Tax Socialization  
Taxpayer Compliance

#### Kata Kunci

Pengetahuan Pajak  
Generasi Z  
Kesadaran Wajib Pajak  
Sosialisasi Pajak  
Kepatuhan Wajib Pajak

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of tax knowledge, Gen Z lifestyle, taxpayer awareness, and tax socialization on individual taxpayer compliance at the KPP Pratama Surabaya Karang Pilang. Taxpayer compliance faces obstacles due to adderence of lacking on consideration and awareness to taxation laws from the taxpayers themselves. This research employs a quantitative approach using a questionnaires method for analyzing data. Sample data whom individual taxpayers that registered at the KPP Pratama Surabaya Karang Pilang. The variables studied include tax knowledge, Gen Z lifestyle, taxpayer awareness, tax socialization, and taxpayer compliance. Multiple regression analysis is used to determine the impact of each independent variable on the dependent variable. The resu of the study show that tax knowledge, Gen Z lifestyle, taxpayer awareness, and tax socialization all have a positive influence on taxpayer compliance. Specifically, taxpayer awareness and tax socialization were found to have a significant impact, while tax knowledge and Gen Z lifestyle also contribute, albeit to a lesser extent. This research provides important implications for the Directorate General of Taxes in designing more effective strategies to enhance tax awareness and compliance, especially among younger generations.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan pajak, gaya hidup, kesadaran wajib pajak, dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Surabaya Karang Pilang. Pembuktian hipotesa atas factor-faktor pengaruh kepatuhan wajib pajak Gen Z menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survey kepada wajib pajak orang pribadi dengan kriteria Gen Z yang terdaftar di KPP Pratama Surabaya Karang Pilang. Kuesioner tentang variabel pengetahuan pajak, gaya hidup, kesadaran wajib pajak, sosialisasi pajak, dan kepatuhan wajib pajak dianalisis menggunakan regresi berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan pajak, gaya hidup Gen Z, kesadaran wajib pajak, dan sosialisasi pajak memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Secara khusus, kesadaran wajib pajak dan sosialisasi pajak terbukti memiliki pengaruh yang signifikan, sementara pengetahuan pajak dan gaya hidup Gen Z juga memberikan kontribusi meskipun dalam tingkat yang lebih rendah. Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi Direktorat Jenderal Pajak dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak, terutama di kalangan wajib pajak yang berasal dari generasi muda.

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



## 1. Pendahuluan

Tingkat konsumtif Gen Z didukung dengan berkembangnya trend digital gaya hidup Gen Z cenderung beralih ke hal-hal yang cepat, mudah, dan praktis yang dapat dilakukan melalui smartphone. Selain itu, internet saat ini juga digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan, yang biasanya disebut sebagai electronic commodity exchange (Nurmalia, Wulan, Utamie, 2024). Pembelian online dianggap lebih praktis dan hemat waktu oleh banyak e-commerce (Giovida, Ridwan, dan Pusporo 2020). Dengan sifat konsumtif dari Gen Z dikhawatirkan tingkat penyerapan APBN kedepannya akan menurun dikarenakan pondasi dari APBN per tahun 2019 dibebankan lebih banyak ke Gen Z.

Penerimaan perpajakan dalam APBN tahun anggaran 2023 ditargetkan mencapai Rp 2.021,2 triliun atau tumbuh 5,0 persen. Namun pendapatan dari negara juga bertambah namun pengeluaran negara juga bertambah jadi disini tidak terjadi surplus dalam APBN dari tahun 2019-2023. Dengan data yang diperoleh dari BPS pada tahun 2019 penerimaan pajak mendapatkan senilai 1.546,1 triliun lalu yang dibelanjakan sebesar 1.496,3 triliun lalu pada tahun 2020 penerimaan pajak mendapatkan senilai 1.285,1 triliun lalu dibelanjakan sekitar 1.833,0 triliun pada tahun 2021 penerimaan pajak sekitar 1.547,8 triliun lalu dibelanjakan sekitar 2.000,7 triliun pada tahun 2022 penerimaan pajak menyentuh angka sekitar 1.9429,9 triliun lalu dibelanjakan sekitar 2.370,0 triliun lalu pada tahun 2023 penerimaan pajak sekitar 2.021,2 triliun lalu dibelanjakan sekitar 2.246,5 triliun disini dapat diartikan bahwasannya masih ada defisit dari penerimaan pajak dan pengeluaran pajak. Jadi maka dari itu tingkat pengetahuan dan kepedulian dari Gen Z mengenai pajak harus di tingkatkan dan sifat konsumtif dari Gen Z harus dikurangi.

Saat ini, terlihat bahwa jumlah wajib pajak yang terdaftar di KPP Pratama Surabaya Karang Pilang terus meningkat dari tahun ke tahun, namun meningkatnya ini tidak sejalan dengan adanya penurunan rasio kepatuhan wajib pajak hingga tahun 2019. Peneliti memilih topik ini karena penerimaan pajak memiliki peran krusial dalam kehidupan berbangsa, tetapi realisasi penerimaan pajak ternyata tidak pernah mencapai target setiap tahun. Menteri Keuangan Sri Mulyani menjelaskan bahwa penerimaan pajak secara umum dipengaruhi oleh kondisi dunia usaha dan ekonomi, serta tingkat kepatuhan wajib pajak (Alfian, 2020).

Menurut observasi awal yang dilakukan peneliti mengenai survey kepedulian Gen Z mengenai pajak observasi yang dilakukan pada mahasiswa FEB UWKS semester genap 2024, dari 15 mahasiswa hanya 5 mahasiswa yang sudah mengetahui dan peduli mengenai pajak dengan mensinkronisasi E-Ktp mereka dengan NPWP, sedangkan 2 mahasiswa lainnya ragu-ragu untuk melakukan sinkronisasi E-KTP dengan NPWP beralasan dikarenakan tidak mengetahui mengenai keuntungan dalam membayar pajak sedangkan sisanya 8 mahasiswa lainnya sudah mengetahui mengenai pentingnya membayar pajak namun enggan untuk mensinkronisasikan dengan alasan mereka takut untuk tidak bisa memenuhi kebutuhan tersiernya. Gen z yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012 cenderung mempunyai sifat konsumtif maka dari itu kebanyakan Gen Z lebih mementingkan kebutuhan yang mereka inginkan daripada untuk membayar pajak. Berlandaskan latar belakang yang sudah diuraikan maka peneliti hendak meneliti kembali terkait pengaruh Pengetahuan Pajak, Gaya Hidup, Kesadaran Wajib Pajak Dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Gen Z dengan survey wilayah yang lebih luas pada Wajib Pajak Orang Pribadi KPP Pratama Surabaya Karang Pilang.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1. Teori Kepatuhan (Compliance Theory)

Stanley Milgram adalah pencetus teori kepatuhan pada tahun 1963. Kepatuhan adalah keinginan individu, kelompok, atau organisasi untuk bertindak secara teratur. Menurut KBBI, patuh berarti bersikap baik, taat, atau mengikuti arahan, aturan, serta peraturan. Teori kepatuhan menjelaskan situasi yang dialami oleh seseorang yang mematuhi perintah yang ditetapkan oleh regulator.

Teori tersebut terkait pada variabel dalam penelitian ini mencakup tingkat pemahaman tentang peraturan pajak dan kesadaran wajib pajak (WP). Pemahaman tentang pajak dikategorikan sebagai moralitas personal atau komitmen normatif melalui moralitas, di mana seseorang akan mematuhi hukum yang dianggap tepat dan sesuai dengan aturan internal (Zakia, Sugiarti & Siddiq, 2022). Semakin banyak orang yang tahu tentang pajak, semakin banyak yang patuh. Ketika wajib pajak sadar bahwa mematuhi undang-undang dan peraturan pajak adalah kewajiban, mereka termasuk dalam kesadaran wajib pajak (komitmen normatif melalui moralitas) atau moralitas pribadi. Oleh karena itu, jika kesadaran WP meningkat, kepatuhan mereka juga akan meningkat.

## 2.2. Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior)

Teori ini dikembangkan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein sebagai perluasan dari teori sebelumnya, yaitu theory of reasoned action (teori tindakan beralasan). Ini merupakan cabang psikologi yang dapat menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan perpajakan. Theory of reasoned action menjelaskan bahwa dua faktor, yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku, mempengaruhi keinginan untuk melakukan tindakan tertentu. Karena individu tidak memiliki kendali penuh atas berbagai perilaku, Ajzen memperkenalkan konsep perceived behavioral control (Seni & Ratnadi, 2017).

Ajzen kemudian memodifikasi theory of reasoned action menjadi theory of planned behavior (TPB) dengan menambahkan konsep perceived behavioral control. Menurut TPB, perilaku seseorang akan terjadi jika orang tersebut memiliki niat untuk berperilaku. Sesuai dengan teori ini, niat dipengaruhi oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku (attitude toward the behavior), persepsi kontrol diri (perceived behavioral control), dan norma subjektif (subjective norm) (Chrisardani, 2016). Berdasarkan model theory of planned behavior, individu dapat mematuhi ketentuan perpajakan jika mereka memiliki niat. Faktor-faktor yang mempengaruhi niat individu untuk mematuhi pajak meliputi: keyakinan perilaku (behavioral belief), keyakinan normatif (normative belief), dan keyakinan kontrol (control belief). Jika ketiga faktor ini terpenuhi, individu akan memiliki niat untuk berperilaku patuh terhadap ketentuan pajak, dan fase terakhir adalah ketika individu mulai berperilaku.

## 2.3. Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran Wajib Pajak (WP) adalah kondisi di mana WP memahami makna, fungsi, dan tujuan dari pembayaran pajak kepada negara. Kepatuhan pajak dapat meningkat jika WP memiliki kesadaran yang tinggi. Menurut Rahayu (2017), Kesadaran Wajib Pajak, atau kesadaran pajak, adalah konsekuensi logis bagi wajib pajak, yaitu kemampuan mereka untuk membayar kewajiban pajak dengan tepat waktu dan dalam jumlah yang benar. Kejujuran WP dipengaruhi oleh kewajiban pajak yang tepat jumlah dan waktu, karena kesadaran pajak mendorong mereka untuk berkontribusi secara finansial untuk pelaksanaan fungsi perpajakan (Beti dkk., 2015).

Oleh karena itu, kesadaran wajib pajak dapat disimpulkan sebagai keadaan di mana individu yang menjadi subjek pajak memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang berbagai aspek perpajakan. Konsep kesadaran merujuk pada keadaan sadar atau waspada terhadap sesuatu.

Wajib pajak memegang peran penting dalam berfungsinya sistem perpajakan. Ketika wajib pajak sadar akan kewajiban perpajakannya dan bersedia memenuhinya, tingkat kepatuhan akan meningkat, sehingga penerimaan pajak juga akan bertambah. Sebagai hasilnya, jumlah wajib pajak yang ragu-ragu dan menolak membayar pajak akan berkurang.

## 2.4. Sosialisasi Pajak

Menurut Susanto dalam Wahono (2012:80), sosialisasi perpajakan adalah upaya yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) untuk menyampaikan pemahaman tentang informasi pajak secara tepat kepada masyarakat umum, khususnya kepada wajib pajak. Tujuan dari sosialisasi perpajakan adalah untuk memberikan pemahaman, menyebarkan informasi, dan membina kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pajak bagi negara. Melalui kegiatan ini, diharapkan masyarakat sebagai wajib pajak akan terdorong untuk mendaftarkan diri, membayar pajak, dan melaporkan kewajiban pajak mereka sesuai dengan hukum yang berlaku. Selain itu, sosialisasi perpajakan juga berfungsi sebagai saluran komunikasi antara pemerintah dan wajib pajak untuk konsultasi mengenai masalah pembayaran dan pelaporan pajak, sehingga memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan pajak yang mereka bayar dan laporkan kepada pemerintah.

Kegiatan sosialisasi perpajakan dapat dilakukan melalui penyuluhan untuk memperluas pemahaman tentang peran pajak dalam kehidupan sosial masyarakat. Penyuluhan ini memiliki peran penting dalam memastikan suksesnya sosialisasi pajak kepada masyarakat, terutama kepada Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) atau Wajib Pajak Badan di berbagai daerah. Media sosial dalam berbagai format, baik elektronik maupun non-elektronik, diharapkan dapat menyampaikan pesan moral mengenai peran pajak bagi negara untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mematuhi kewajiban pajak mereka.

Proses pemungutan pajak oleh pemerintah dari wajib pajak yang terdaftar merupakan upaya yang memerlukan kesadaran dan pemahaman yang baik dari masyarakat tentang pentingnya pajak untuk pendanaan negara, terutama dalam konteks pembangunan secara publik.

## 2.5. Pengetahuan Pajak

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengetahuan adalah informasi yang diketahui dalam konteks proses pembelajaran. Dalam konteks perpajakan, pengetahuan pajak merujuk pada pemahaman tentang ketentuan umum perpajakan, yang memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat. Menurut Suyanto dan Pratama (2018), faktor utama yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah pengetahuan tentang pajak, termasuk pemahaman tentang sanksi, hak dan kewajiban wajib pajak, serta objek pajak yang kena dan tidak kena. Hal ini penting agar wajib pajak dapat menghindari kecurangan, penipuan, dan perlakuan tidak adil yang mungkin tidak mereka sadari. Oleh karena itu, pengetahuan dianggap esensial bagi setiap individu. Saat ini, akses untuk memperoleh pengetahuan dan meningkatkan wawasan tidak hanya bergantung pada buku tetapi juga teknologi seperti internet dan lainnya.

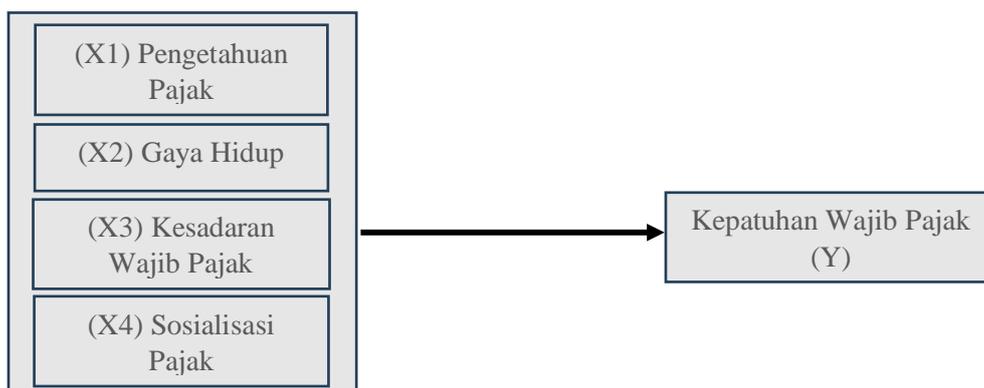
Dalam bidang perpajakan, kurangnya pengetahuan pajak dapat menyebabkan kecurangan seperti manipulasi perhitungan pajak atau bahkan kerugian finansial tambahan bagi wajib pajak. Menurut Basit (2014), pengetahuan perpajakan adalah proses di mana wajib pajak memahami aturan perpajakan dan menerapkannya dalam pembayaran pajak. Menurut Damajanti (2015), pengetahuan perpajakan mencakup pemahaman terhadap ketentuan umum dan prosedur perpajakan (KUP), termasuk kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). NPWP digunakan sebagai identitas administratif wajib pajak untuk mempertahankan ketertiban dalam pembayaran pajak dan administrasi perpajakan.

Pengetahuan perpajakan juga mencakup pemahaman mengenai hak dan kewajiban sebagai wajib pajak, sanksi perpajakan, Pengusaha Kena Pajak (PKP), Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP), tarif pajak yang berlaku, dan dasar pengenaan pajak sebagai tanggung jawab wajib pajak dalam membayar pajak.

Menurut Rahayu (2010) dalam Taufik & Afiyanti (2018), jika tingkat pengetahuan pajak masyarakat mencukupi, wajib pajak akan lebih cenderung patuh terhadap peraturan perpajakan. Dengan mengutamakan kepentingan negara di atas kepentingan pribadi, masyarakat akan lebih ikhlas untuk mematuhi kewajiban perpajakannya. Menurut Mulyati & Ismanto (2021), pengetahuan perpajakan yang harus dimiliki oleh wajib pajak mencakup:

- Pemahaman tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
- Pengetahuan mengenai sistem perpajakan di Indonesia.
- Pemahaman mengenai fungsi perpajakan.

Pengetahuan pajak yang tinggi akan meningkatkan kesadaran wajib pajak terhadap kewajiban mereka dan pemahaman akan konsekuensi yang mungkin timbul jika kewajiban tidak dipenuhi (Hertati, 2021). Kartikasari & Yadnyana (2020) menjelaskan bahwa pengetahuan perpajakan adalah informasi mengenai pajak yang digunakan wajib pajak sebagai dasar untuk pengambilan keputusan, strategi, serta pelaksanaan hak dan kewajiban di bidang perpajakan



Gambar 1. Kerangka Konseptual

## 2.6. Pengaruh Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pengetahuan pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan pengetahuan yang baik tentang peraturan dan ketentuan perpajakan, wajib pajak lebih memahami apa yang diharapkan dari mereka. Mereka tahu kapan, berapa, dan bagaimana cara membayar pajak, yang mengurangi risiko pelanggaran yang tidak disengaja. Pengetahuan pajak meningkatkan kesadaran wajib

pajak tentang pentingnya membayar pajak. Mereka menyadari bahwa pajak merupakan kontribusi yang wajib dan penting untuk mendukung pembangunan negara. Wajib pajak yang memiliki pengetahuan yang memadai tentang pajak cenderung merasa lebih percaya diri dan kurang takut terhadap proses perpajakan. Ini dapat mengurangi keraguan dan meningkatkan kepatuhan mereka. Wajib pajak yang berpengetahuan dapat lebih memahami laporan pajak mereka sendiri dan memantau kewajiban mereka dengan lebih baik. Ini mendorong transparansi dan akuntabilitas dalam pelaporan pajak. Pengetahuan yang memadai tentang bagaimana pajak digunakan oleh pemerintah dan manfaat yang diterima dari pajak dapat meningkatkan kepercayaan wajib pajak terhadap sistem perpajakan. Hal ini dapat mendorong mereka untuk lebih patuh. Dengan demikian, pengetahuan pajak yang baik tidak hanya membantu wajib pajak memahami kewajiban mereka, tetapi juga meningkatkan kepatuhan mereka dalam memenuhi kewajiban perpajakan, yang pada gilirannya mendukung penerimaan pajak negara. Penelitian yang dilakukan oleh Ghea (2021).

### **2.7. Gaya Hidup Gen Z Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Wajib pajak yang sadar akan kewajiban perpajakannya biasanya memiliki pemahaman yang lebih baik tentang peraturan pajak, cara menghitung, melaporkan, dan membayar pajak dengan benar. Pengetahuan ini membantu mereka memenuhi kewajiban pajak dengan tepat waktu dan dalam jumlah yang benar. Kesadaran yang tinggi tentang pentingnya pajak dalam mendanai layanan publik dan pembangunan negara mendorong wajib pajak untuk mematuhi kewajiban pajak mereka secara sukarela. Mereka lebih cenderung melaporkan pendapatan dengan jujur dan membayar pajak yang terutang. Wajib pajak yang sadar tentang konsekuensi hukum dari ketidakpatuhan, seperti sanksi dan denda, lebih termotivasi untuk mematuhi peraturan pajak. Mereka berusaha untuk menghindari masalah hukum dengan mematuhi kewajiban pajak mereka.

### **2.8. Kesadaran Wajib Pajak Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Kesadaran bahwa pajak merupakan kontribusi penting untuk kesejahteraan masyarakat dan pembangunan infrastruktur dapat meningkatkan kepatuhan pajak. Wajib pajak yang menyadari peran pajak dalam pembangunan negara cenderung

lebih patuh. Wajib pajak yang sadar akan pentingnya pajak lebih cenderung menginginkan transparansi dan akuntabilitas dari pihak pemerintah. Hal ini dapat mendorong mereka untuk lebih patuh, karena mereka merasa kontribusi mereka digunakan dengan benar. Kesadaran akan adanya sistem perpajakan yang adil dan transparan juga berperan penting. Jika wajib pajak merasa bahwa sistem pajak adil dan pengelolaan pajak oleh pemerintah dilakukan secara transparan, mereka akan lebih patuh. Secara keseluruhan, kesadaran wajib pajak merupakan faktor kunci dalam meningkatkan tingkat kepatuhan pajak. Dengan meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya pajak, serta memberikan informasi dan dukungan yang memadai, otoritas pajak dapat mendorong perilaku patuh di kalangan wajib pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Aidi et.al (2019) menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

### **2.9. Sosialisasi Pajak Memainkan Peran Penting Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak.**

Sosialisasi pajak yang efektif membantu wajib pajak memahami peraturan, prosedur, dan kewajiban perpajakan. Dengan informasi yang jelas dan mudah dipahami, wajib pajak lebih mampu memenuhi kewajiban mereka dengan benar dan tepat waktu. Menurut Sugiarto, Yuliarini dan Wany (2022) bentuk konkret dari pendekatan sosialisasi dapat diberikan dalam bentuk kebijakan immaterial berupa pemberian layanan sebagai pelanggan dan kebijakan material berupa insentif pajak. Implikasi dari pendekatan sinergis adalah mengurangi jarak sosial antara otoritas dan wajib pajak. Melalui sosialisasi, wajib pajak menjadi lebih sadar akan pentingnya pajak bagi pembangunan negara dan penyedia layanan publik. Kesadaran ini mendorong mereka untuk mematuhi peraturan pajak sebagai bentuk kontribusi kepada masyarakat. Banyak wajib pajak yang merasa takut atau bingung dengan proses perpajakan. Sosialisasi pajak dapat mengurangi ketakutan ini dengan memberikan informasi yang tepat dan mengklarifikasi keraguan, sehingga wajib pajak lebih nyaman dan percaya diri dalam memenuhi kewajiban mereka. Sosialisasi pajak juga dapat digunakan untuk menjelaskan konsekuensi hukum dari ketidakpatuhan, seperti denda dan sanksi. Mengetahui risiko ini dapat memotivasi wajib pajak untuk lebih patuh demi menghindari masalah hukum. Sosialisasi yang transparan tentang bagaimana dana pajak digunakan oleh pemerintah dapat meningkatkan kepercayaan wajib pajak terhadap sistem perpajakan. Kepercayaan ini penting untuk mendorong kepatuhan sukarela.

Sosialisasi yang memberikan panduan praktis tentang cara menghitung, melaporkan, dan membayar pajak memudahkan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban mereka. Panduan ini dapat berupa brosur, seminar, video tutorial, atau platform online interaktif. Memanfaatkan media sosial dan teknologi digital dalam sosialisasi pajak dapat menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Konten yang menarik dan mudah diakses dapat meningkatkan keterlibatan wajib pajak. Dengan demikian, sosialisasi pajak yang efektif dapat meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan motivasi wajib pajak, yang pada akhirnya akan meningkatkan tingkat kepatuhan mereka. Pemerintah dan otoritas pajak perlu merancang strategi sosialisasi yang komprehensif dan tepat sasaran untuk mencapai tujuan ini. Penelitian yang dilakukan oleh Wardani Dewi Kusuma dan Erma Wati (2018) menyatakan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif.

### 3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif asosiatif. Data kuantitatif, sesuai dengan Sugiyono (2015), adalah informasi yang diberikan dalam bentuk numerik. Teknik analisis yang digunakan mengacu pada Hair et al. (2010) dengan mengalikan jumlah indikator (25) dengan ukuran sampel minimum 5-10, sehingga menghasilkan total sampel penelitian ( $25 \times 5 = 125$ ). Dalam penelitian ini, dipilih 125 responden wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Surabaya Karang Pilang.

Dalam penelitian ini, sampel dipilih menggunakan strategi *non-probability sampling* dengan metode *Purposive Sampling*, di mana pemilihan responden didasarkan pada kriteria khusus, yaitu wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Surabaya Karang Pilang.

### 4. Pembahasan

#### 4.1. Hasil Uji T

Tabel 1. Hasil Uji T

Model	T	Sig.
(Constant)	- 2.267	.025
X1	-0.823	.412
X2	2.858	.005
X3	10.319	.000
X4	3.513	.001

Tahapan dalam analisis uji t :

Memastikan taraf signifikansi

-  $\alpha/4 = 0,05/2 = 0,025$

-  $Df = N-K-1 = 125 - 4 - 1 = 120$

- Maka  $t_{tabel} = 1,979930 = 1,998$

#### 4.2. Hasil Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji validitas

Variabel	Item	Pearson Correlation	Signifikan	Keterangan
Pengetahuan Pajak (X <sub>1</sub> )	X1.1	0,851	0,000	Valid
	X1.2	0,846	0,000	Valid
	X1.3	0,446	0,000	Valid
	X1.4	0,744	0,000	Valid
Gaya Hidup Gen Z (X <sub>2</sub> )	X2.1	0,535	0,000	Valid
	X2.2	0,555	0,000	Valid
	X2.3	0,550	0,000	Valid
	X2.4	0,555	0,000	Valid
	X2.5	0,590	0,000	Valid
	X2.6	0,657	0,000	Valid
	X2.7	0,638	0,000	.Valid
Kesadaran Wajib Pajak (X <sub>3</sub> )	X3.1	0,652	0,000	Valid
	X3.2	0,466	0,000	Valid
	X3.3	0,674	0,000	Valid
	X3.4	0,647	0,000	Valid
	X3.5	0,706	0,000	Valid
Sosialisasi Pajak (X <sub>4</sub> )	X4.1	0,669	0,000	Valid

	X4.2	0,664	0,000	Valid
	X4.3	0,529	0,000	Valid
	X4.4	0,778	0,000	Valid
	X4.5	0,809	0,000	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Y.1	0,895	0,000	Valid
	Y.2	0,660	0,000	Valid
	Y.3	0,593	0,000	Valid
	Y.4	0,911	0,000	Valid

Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa untuk setiap indikator variabel atau item pernyataan variabel Pengetahuan Pajak (X1), Gaya Hidup Gen Z (X2), Kesadaran Wajib Pajak (X3), Sosialisasi Pajak (X4), dan Kepatuhan Wajib Pajak (Y), dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, dan nilai koefisien korelasi diatas 0,4, maka secara keseluruhan dari item pernyataan diatas dapat dikatakan valid.

**Tabel 3.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Reliabilitas Minimum	Keterangan
Pengetahuan Pajak (X <sub>1</sub> )	0,689	0,6	Reliabel
Gaya Hidup Gen Z (X <sub>2</sub> )	0,669	0,6	Reliabel
Kesadaran Wajib Pajak (X <sub>3</sub> )	0,620	0,6	Reliabel
Sosialisasi Pajak (X <sub>4</sub> )	0,773	0,6	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,771	0,6	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3 dapat disimpulkan bahwa pengujian yang dilakukan terhadap reliabilitas kuesioner diperoleh hasil bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel lebih besar dari 0,6 yang mana hasil ini dinyatakan bahwa keseluruhan variabel dinyatakan reliabel.

**Tabel 4.** Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Model	T	Sig.
(Constant)	-2.267	.025
X1	-.823	.412
X2	2.858	.005
X3	10.319	.000
X4	3.513	.001

Pada Tabel 4 adalah hasil uji regresi berganda antara variabel Pengetahuan Pajak (X1), Gaya Hidup Gen Z (X2), Kesadaran Wajib Pajak (X3), Sosialisasi Wajib Pajak (X4) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y) yang nantinya digunakan pada analisis jalur, sehingga di peroleh persamaan dibawah ini :

$$Y = -2,697 + 0,075 X1 + 0,143 X2 + 0,620 X3 + 0,193 X4 + 1,990 e1$$

Berikut merupakan penjelasan dari persamaan tersebut:

a. Nilai Konstanta a = -2,697

Nilai konstanta a sebesar -2,967 menunjukkan bahwa jika variabel X1, dan X2, X3, dan X4 dalam keadaan tetap atau konstan, maka Kepatuhan Wajib Pajak (Y) memiliki nilai sebesar -2,967 satuan.

b. Nilai b1 = -0,075

Nilai b1 sebesar -0,075 serta memiliki koefisien negatif antara Pengetahuan Pajak (X1) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y). Dengan kata lain apabila Pengetahuan Pajak semakin meningkat maka Kepatuhan Wajib Pajak juga mengalami penurunan. Hal ini berarti Pengetahuan Pajak tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

c. Nilai b2 = 0,143

Nilai b2 sebesar 0,143 serta memiliki koefisien positif berarti menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang sejalan, yaitu dimana variabel Gaya Hidup Gen Z (X2) mengalami kenaikan sejumlah 1 satuan. Maka variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,208 dengan anggapan variabel lainnya dalam keadaan stabil.

d. Nilai b3 = 0,620

Nilai  $b_3$  sebesar 0,620 serta memiliki koefisien positif berarti menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang sejalan, yaitu dimana variabel Kesadaran Wajib Pajak ( $X_3$ ) mengalami kenaikan sejumlah 1 satuan. Maka variabel Kepatuhan Wajib Pajak ( $Y$ ) mengalami kenaikan sebesar 0,620 dengan anggapan variabel lainnya dalam keadaan stabil.

e. Nilai  $b_4 = 0,193$

Nilai  $b_4$  sebesar 0,193 serta memiliki koefisien positif berarti menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang sejalan, yaitu dimana variabel Sosialisasi Wajib Pajak ( $X_4$ ) mengalami kenaikan sejumlah 1 satuan. Maka variabel Kepatuhan Wajib Pajak ( $Y$ ) mengalami kenaikan sebesar 0,193 dengan anggapan variabel lainnya dalam keadaan stabil.

f. Nilai  $e_1 = 1,990$

Merupakan taraf error bagi persamaan pertama Dalam tabel diatas, terlihat bahwa variabel Pengetahuan Pajak tidak berdampak signifikan pada tingkat Kepatuhan Wajib Pajak, dengan nilai signifikansi  $0,412 > 0,05$ . Variabel Gaya Hidup Gen Z memiliki dampak signifikan pada Kepatuhan Wajib Pajak, ditunjukkan oleh nilai signifikansi  $0,005 < 0,05$ . Variabel Kesadaran Wajib Pajak memiliki dampak signifikan dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian variabel Sosialisasi Pajak juga memiliki dampak signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ .

#### 4.3. Pengaruh Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variabel pengetahuan pajak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak hal ini dibuktikan dengan hasil uji  $t$  hitung  $< t$  tabel yaitu  $-0,823$  dan mempunyai signifikansi sebesar  $0,412 > 0,05$ . Pengetahuan pajak dapat memengaruhi sikap wajib pajak terhadap pajak dan meningkatkan kontrol perilaku, yang pada gilirannya meningkatkan kepatuhan. Namun, beberapa studi menunjukkan bahwa pengetahuan pajak tidak selalu menghasilkan perubahan perilaku tanpa adanya faktor lain seperti kepercayaan pada otoritas pajak atau insentif yang jelas. Pengetahuan pajak sendiri dapat membantu mengurangi ambiguitas prosedural, tetapi kepercayaan pada sistem pajak dan institusi tetap menjadi faktor kunci dalam menentukan tingkat kepatuhan. Di beberapa negara, peningkatan pengetahuan pajak berbanding lurus dengan kepatuhan, sementara di negara lain, faktor kepercayaan dan persepsi tentang keadilan sistem pajak lebih dominan. Hasil penelitian ini menolak penelitian yang dilakukan oleh Rahayu, N (2017) yang menyatakan bahwa pengetahuan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak

#### 4.4. Pengaruh Gaya Hidup Gen Z Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variabel gaya hidup gen z berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak hal ini dibuktikan dengan hasil uji nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu  $2,858$  dan mempunyai signifikansi sebesar  $0,005 < 0,05$ . Gaya hidup merupakan bagian integral dari perilaku konsumen, termasuk bagaimana mereka memprioritaskan pengeluaran dan kewajiban. Gen Z, dengan preferensi mereka terhadap pengalaman dan penggunaan teknologi, cenderung merespons pendekatan pajak yang lebih digital dan mudah diakses. Jika gaya hidup Gen Z lebih terintegrasi dengan aplikasi digital dan media sosial, pendekatan pajak berbasis teknologi seperti e-filing atau aplikasi pajak akan lebih efektif dalam meningkatkan kepatuhan mereka. Selain itu Gen Z, yang sering fokus pada pengembangan diri dan aktualisasi, dapat memiliki motivasi berbeda dalam memahami peran pajak sebagai kontribusi sosial. Pajak dapat dipersepsikan sebagai alat untuk mendukung tujuan sosial yang mereka pedulikan. Kampanye pajak yang menunjukkan dampak nyata (misalnya, kontribusi pada pendidikan atau lingkungan) dapat memotivasi Gen Z untuk mematuhi kewajiban pajak. Gen Z memiliki preferensi tinggi terhadap pengalaman yang dapat diakses secara digital dan memiliki kepercayaan yang lebih besar pada institusi yang transparan. Hasil penelitian mendukung penelitian yang dilakukan oleh Triasa dan Widyasari (2021) menyatakan bahwa gaya hidup gen Z berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

#### 4.5. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variabel kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu  $10,319$  dan mempunyai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Kepatuhan pajak dibagi menjadi *voluntary compliance* (kesukarelaan) dan *enforced compliance* (paksaan). Kesadaran pajak, yang melibatkan

pemahaman wajib pajak tentang pentingnya pajak dan konsekuensinya bagi masyarakat, adalah faktor utama yang mendorong kepatuhan sukarela. Wajib pajak yang memiliki kesadaran tinggi cenderung melaporkan pajak dengan benar karena mereka memahami kontribusi pajak terhadap pembangunan negara dan pelayanan publik. Kesadaran pajak meningkatkan sikap positif wajib pajak terhadap pembayaran pajak, yang mendorong niat untuk patuh. Pemahaman yang baik tentang manfaat pajak dapat memperkuat norma subjektif untuk membayar pajak secara tepat waktu dan benar. Wajib pajak melihat pajak sebagai kontrak antara mereka dan pemerintah. Jika mereka percaya bahwa pemerintah menggunakan pajak secara transparan dan adil, kesadaran mereka terhadap pentingnya pajak akan meningkat, sehingga mendorong kepatuhan. Edukasi pajak yang menekankan transparansi dan tanggung jawab pemerintah dalam penggunaan pajak dapat meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Meningkatkan kesadaran pajak dapat mengurangi kebutuhan akan penegakan hukum yang intensif, karena wajib pajak memahami konsekuensi non-kepatuhan secara moral dan sosial. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fitria (2017) yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

#### **4.6. Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu 3,513 dan mempunyai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Sosialisasi pajak memiliki peran penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Proses ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat tentang kewajiban perpajakan, manfaat pajak, dan tata cara pemenuhan kewajiban tersebut. Sosialisasi memberikan pengetahuan kepada wajib pajak tentang pentingnya pajak bagi pembangunan negara. Hal ini dapat meningkatkan kesadaran mereka untuk membayar pajak secara tepat waktu. Informasi yang jelas dan transparan dari sosialisasi dapat mengubah pandangan negatif wajib pajak terhadap sistem perpajakan, sehingga mendorong kepatuhan sukarela. Banyak wajib pajak yang tidak patuh karena kurang memahami prosedur atau aturan perpajakan. Sosialisasi pajak membantu mengatasi masalah ini dengan memberikan panduan yang jelas. Sosialisasi pajak yang efektif merupakan kunci untuk meningkatkan tingkat kepatuhan, terutama di era digital di mana informasi dapat disampaikan dengan lebih cepat dan luas. Mengingat tren digitalisasi, platform seperti media sosial, aplikasi, dan webinar sangat efektif untuk menjangkau lebih banyak wajib pajak. Sosialisasi harus disesuaikan dengan kebutuhan kelompok wajib pajak tertentu, seperti pelaku UMKM, pekerja profesional, atau generasi muda. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Asqolani, Adhitama & Johantri (2024) yang menyatakan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

### **5. Penutup**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan Pajak, Gaya Hidup Gen Z, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Wajib Pajak Orang Pribadi KPP Pratama Surabaya Karang Pilang). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

- a. Variabel Pengetahuan Pajak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi KPP Pratama Surabaya Karang Pilang.
- b. Variabel Gaya Hidup Gen Z berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Pajak Orang Pribadi KPP Pratama Surabaya Karang Pilang.

#### **5.2. Saran**

- a. Bagi Wajib Pajak Orang Pribadi KPP Pratama Surabaya Karang Pilang  
Berdasarkan simpulan yang telah disampaikan sangat disarankan bagi KPP Pratama Surabaya Karang Pilang, hendaknya untuk terus memperhatikan dan meningkatkan pemahaman peraturan perpajakan, kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan sanksi perpajakan, agar nanti bisa mencapai tujuan dengan meningkatnya kepatuhan wajib pajak khususnya pada gen z.
- b. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Disarankan agar menambah variabel bebas lainnya selain Pengetahuan Pajak, Gaya Hidup Gen Z, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Pajak, yang tentunya bisa mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak

agar lebih menyempurnakan penelitian ini sebab masih ada variabel bebas lain diluar studi ini yang mungkin bisa mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Dan bisa mencari populasi yang beda serta lebih luas dari penelitian ini, serta sampel yang dipergunakan juga lebih banyak dari sampel penelitian yang dipergunakan di studi ini.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Berisi tentang hal-hal yang menjadi keterbatasan dalam penelitian yang selanjutnya menjadi rekomendasi atau gagasan untuk penelitian selanjutnya.

#### Daftar Pustaka

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30.
- Aprilia, A., Astuti, E. S., & Nuzula, N. F. (2013). Penanganan Dan Pengawasan Perpajakan Dalam Rangka Intensifikasi di Bidang E-Commerce. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Asqolani, A., Adhitama, S., & Johantri, B. (2024). Era Baru Program Relawan Pajak: Pemanfaatan Media Sosial dalam Penyuluhan Pajak. *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 6(2), 99–105. doi: org/10.31092/kuat.v6i2.2448.
- Beti, A., Anwar, M., & Eris, D. (2015). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kejujuran Wajib Pajak, Kemauan Membayar Dari Wajib Pajak, Kedisiplinan Wajib Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi (Jrma)*, 2337–2356.
- Damajanti, A. (2015). Pengaruh Pengetahuan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Perorangan di Kota Semarang, *Jurnal Dinamika Sosial budaya*
- Giovida, Frista, Hariyanto Ridwan, and Pusporo. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiket. *Com. Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 1059–1076.
- Hidayat, T. & Afyanti, P.E. (2018). Pengaruh Penerapan e-SPT dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 3(1), 55-70.
- Kamaruddin, Sutanti, M., & Suprpti, R. (2017). Analisis Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sumbawa Besar Tahun 2011-2016. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(3), 244–255.
- Mulyati, Y., & Ismanto, J. (2021). Pengaruh Penerapan E-Filing, Pengetahuan Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Pegawai Kemendikbud. *Jabi (Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia)*, 4(2), 139-147. doi: 10.32493/Jabi.V4i2.Y2021.P1 39-155.
- Nila Puspita. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Fiskus, Kesadaran Wajib Pajak Dan Keadilan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan (Studi Empiris Pada Kecamatan Padang Utara). *Jurnal Perpajakan*, 1, 1–26.
- Nurmalia, G, Wulan, M.N & Utamie, Z.R. (2024). Gaya Hidup Berbasis Digital Dan Perilaku Konsumtif Pada Gen Z di Bandar Lampung: Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 3(1), 22-32.
- Sugianto, I., Yuliarini, S., & Wany, E. (2022). Pada ICoSTE 2020 - the International Conference on Science, Technology, and Environment (ICoSTE). The Reality amidst Pandemic on Trust and Morality of Tax Payer: Tax Payment and Tax Compliance in a Suburban Area in Indonesia, *Scitepress*, 131-139.
- Suyanto & Pratama, Y.P. (2018). Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi: Studi Aspek Pengetahuan, Kesadaran, Kualitas Layanan Dan Kebijakan Sunset Policy. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(1), 139-158.
- Zakia, F. A., Sugiarti, & Siddiq, F. R. (2022). Analisis Tingkat Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Pajak, dan Pemungutan Pajak UMKM E-commerce Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Pemilik Usaha UMKM E-commerce di Kota Kudus). *Journal STIE*, 210-218.