

**PENGARUH DIGITALISASI LAYANAN PAJAK DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP  
KEPATUHAN PAJAK DENGAN SOSIALISASI PAJAK SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(STUDI PADA WPOP KPP PRATAMA SURAKARTA)**

Erika Wahyu Kristawati<sup>1)</sup>, Fadjar Harimurti<sup>2)</sup>

Akuntansi, Universitas Slamet Riyadi<sup>1),2)</sup>

email: erikawahyu72@gmail.com<sup>1)</sup>, fadjarharimurti@unisri.ac.id<sup>2)</sup>

**Abstrak**

*Pajak memegang peranan penting dalam penerimaan negara. Salah satu fenomena yang muncul di bidang perpajakan adalah kepatuhan wajib pajak. Perlu disadari bahwa kepatuhan wajib pajak saat ini masih sangat rendah karena rendahnya kesadaran wajib pajak dan minimnya penggunaan layanan perpajakan yang terdigitalisasi. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran wajib pajak dan digitalisasi pelayanan pajak serta digitalisasi kepatuhan pajak dan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek adalah wajib pajak orang pribadi non karyawan atau yang menjalankan usaha atau pekerja bebas di KPP Pratama Surakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik penggunaan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 88 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak, kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak.*

**Kata kunci:** Digitalisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, kepatuhan pajak, sosialisasi perpajakan

**THE EFFECT OF DIGITALIZATION OF TAX SERVICES AND TAXPAYER AWARENESS ON TAX  
COMPLIANCE WITH TAX SOCIALIZATION AS A MODERATING VARIABLE  
(STUDY ON WPOP KPP PRATAMA SURAKARTA)**

**ABSTRACT**

*Taxes play a significant role in state revenue. One phenomenon that arises in the field of taxation is taxpayer compliance. We should be aware that taxpayer compliance is currently very low due to low taxpayer awareness and the lack of use of digitalized tax services. For this reason, this study aims to ascertain the impact of taxpayer awareness and the digitalization of tax services as well as the digitalization of tax compliance and tax socialization as a moderating variable on individual taxpayer compliance. In this study the subjects were non-employee individual taxpayers or those doing business or free workers at KPP Pratama Surakarta. The method used in this research is quantitative. The type of data used is primary data. The data usage technique used in this research is by using a questionnaire. The sampling technique in this study was purposive sampling with a sample size of 88 respondents. The results of this study indicate that*

*tax digitalisation has a positive and significant effect on tax compliance, tax payer awareness has a positive and significant effect on tax compliance, results of this study indicate that tax digitalisation has a positive and significant effect on tax compliance.*

**Keywords:** *Tax digitalisation, taxpayer awareness, tax compliance, tax socialisation*

## A. PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber pendapatan negara yang harus dibayar oleh masyarakat untuk dapat melaksanakan kegiatan pemerintahan yang bersifat memaksa dengan undang-undang sebagai landasan hukumnya. Menurut Mardiasmo (2019) pajak merupakan kontribusi yang ditanggung masyarakat terhadap negara yang menambah devisa negara berdasarkan undang-undang dan pelaksanaannya bersifat memaksa tanpa ada imbalan yang dirasakan semata-mata. Peraturan perpajakan mengatur bahwa wajib pajak harus melaporkan SPT sebelum tanggal jatuh temponya (Wijaya, 2022). Banyak wajib pajak yang enggan membayar pajak karena tidak mendapat tanggapan segera. Hal ini terjadi meskipun kelihatannya sederhana.

Kepatuhan perpajakan yang baik dalam membayar pajak dan melaporkan pajak dengan benar, lengkap dan jelas sangat penting bagi negara karena berdampak pada penerimaan negara. Penerimaan pajak akan meningkat seiring dengan kepatuhan wajib pajak dan sebaliknya (Saeroji, 2019). Dua jenis kepatuhan pajak adalah kepatuhan formal dan substantif. Kepatuhan formal terjadi ketika wajib pajak secara formal memenuhi kewajibannya sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam undang-undang perpajakan. Di sisi lain, wajib pajak harus mematuhi secara substantif seluruh peraturan perpajakan yang penting sesuai dengan undang-undang perpajakan (Kurnia, 2011).

Laporan dari data center.ortax.org, 2023: Persentase penduduk menganggur yang membayar pajak setiap tahun dan melaporkan SPT Tahunannya ke Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dengan patuh terhadap undang-undang masih relatif rendah. Menurut Kementerian Keuangan 1,5 juta SPT Tahunan dari orang pribadi yang tidak bekerja telah diajukan, mewakili 34,09 persen dari total 4,4 juta SPT Tahunan, turun dari 52,44 persen pada tahun 2020.

Dengan kemajuan teknologi saat ini, DJP telah menerapkan berbagai modernisasi sistem administrasi seperti *e-filing*, *e-registration* dan *e-billing* yang memudahkan pendaftaran, pengajuan dan pembayaran pajak secara *online* (Lestari dkk., 2022). Menurut Tambun dan Ananda (2022), digitalisasi sistem peraturan akan mengarah pada berbagai bentuk penegakan peraturan dan langkah-langkah untuk meminimalkan biaya peraturan. DJP menghadapi permasalahan rendahnya kesadaran wajib pajak. Pajak dipandang sebagai beban oleh sebagian masyarakat Indonesia. Wicaksono (2020) mengatakan sebagian masyarakat memandang pajak sebagai kolonialisme sehingga kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak masih rendah. Selain itu, masyarakat menganggap pajak yang mereka bayarkan tidak ada bedanya satu sama lain. Hal ini dapat menurunkan kesadaran wajib

pajak. Seringkali wajib pajak tidak memenuhi kewajiban perpajakannya karena tidak sadar akan kewajibannya. Sangat penting bagi masyarakat dengan sikap ini untuk meningkatkan kesadaran akan manfaat memungut pajak.

Sosialisasi perpajakan merupakan kegiatan sosialisasi peraturan perpajakan dan informasi perpajakan agar mudah dipahami dan diterapkan dalam pelaksanaan praktik perpajakan guna terciptanya informasi, kesadaran dan peraturan perpajakan yang baik dan efektif (Sari, 2021). Sedangkan Saragih (2021) menjelaskan sosialisasi perpajakan merupakan upaya DJP untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas dan wajib pajak mengenai peraturan dan perpajakan.

## **TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **1. Teori Atribusi**

Edward Jones dan Keith Davis mengembangkan teori atribusi, yang pertama kali diusulkan oleh Fritz Heider. Teori ini menekankan pada bagaimana seseorang dapat menafsirkan suatu kejadian atau peristiwa serta hubungan antara pikiran dan perilakunya. Kemudian teori ini juga menjelaskan bagaimana individu menggambarkan sebab-sebab dari perilaku seseorang atau orang lain yang diatur oleh dua faktor, yaitu faktor internal seperti sifat, watak dan lain-lain atau faktor eksternal seperti kondisi tekanan atau kondisi khusus atau kondisi eksternal individu yang mempengaruhi perilaku manusia (Agung, 2018).

### **2. Digitalisasi Layanan Pajak**

Digitalisasi layanan pajak merupakan perubahan sistem administrasi dan pelayanan dalam perpajakan yang dimana berbasis terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dimana akan membawa efektifitas dan efisiensi di dalam pelayanan pajak terhadap para stakeholder di dalam melakukan kewajiban perpajakannya. Selanjutnya digitalisasi layanan pajak memberikan manfaat terhadap layanan administrasi perpajakan yang akan menjadi responsif, mudah, cepat, *paperless* yang dapat meningkatkan layanan kepada Wajib Pajak dari segi kualitas dan waktu.

### **3. Kesadaran Wajib Pajak**

Kesadaran perpajakan berarti wajib pajak dapat memenuhi kewajiban perpajakannya dan merasa bertanggung jawab terhadap pembangunan negara. Adinda (2021) menyebutkan ada tiga jenis kesadaran dalam membayar pajak. Pertama, pajak merupakan bagian dari keterlibatan pemerintah dalam pembangunan. Kedua, pembayaran pajak bisa ditunda dan mengurangi beban pemerintah. Ketiga, kesadaran bahwa pajak adalah undang-undang dan dapat ditegakkan.

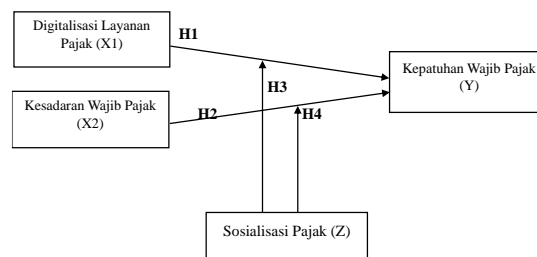
### **4. Kepatuhan Pajak**

Menurut Keputusan Menteri Keuangan (KMK) Nomor 554/KMK.04/2000, kepatuhan perpajakan adalah pemenuhan kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku

umum di negara tersebut. Menurut Rahman dalam Ghina & Ferdynand (2021), kepatuhan pajak dapat diartikan sebagai pemenuhan kewajiban perpajakan.

## 5. Sosialisasi Pajak

Sosialisasi perpajakan merupakan kegiatan mensosialisasikan peraturan perpajakan dan informasi perpajakan sedemikian rupa sehingga mudah dipahami dan diterapkan dalam penerapan praktik perpajakan untuk menciptakan pengetahuan, kesadaran dan kepatuhan perpajakan yang baik dan efektif (Sari, 2021). Sedangkan Saragih (2021) mengatakan bahwa sosialisasi perpajakan merupakan upaya DJP untuk memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat umum, khususnya kepada wajib pajak, terkait dengan perpajakan dan peraturan perundang-undangan perpajakan.



**Gambar 1. Hipotesis Penelitian**

- H<sub>1</sub> : Digitalisasi Layanan Pajak Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepatuhan Pajak.  
 H<sub>2</sub> : Kesadaran Wajib Pajak Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepatuhan Pajak.  
 H<sub>3</sub> : Sosialisasi Pajak dapat Memoderasi Hubungan antara Digitalisasi Layanan Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak.  
 H<sub>4</sub> : Sosialisasi Pajak dapat Memoderasi Hubungan antara Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak

## B. METODE PENELITIAN

### 1. Desain Penelitian

Penelitian kausalitas ini memberikan penjelasan tentang pengaruh variabel independen terhadap hubungan sebab akibat dan pengaruh variabel dependen. Salah satunya sosialisasi pajak digunakan sebagai variabel moderasi untuk menjelaskan bagaimana digitalisasi pelayanan perpajakan dan kesadaran wajib pajak berdampak pada kepatuhan pajak. Karena peneliti langsung menangani data, menghitungnya dan mengolahnya dengan statistik, penelitian ini juga merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini fokus pada wajib pajak orang pribadi yang berdomisili di Kota Surakarta.

### 2. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi bukan penerima gaji yang berdomisili di kota Surakarta. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Arikunto (2016) menjelaskan metode *purposive sampling* merupakan mekanisme pengumpulan data

berdasarkan musyawarah dan bukan pengambilan keputusan secara acak. Kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini adalah:

- Merupakan WPOP non Karyawan yang terdaftar di KPP Surakarta.
- Merupakan Wajib Pajak Efektif.
- Berusia 20 tahun sampai 65 Tahun.
- Yang telah melaporkan SPT

### 3. Teknik Analisis Data

#### a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah metode statistika yang digunakan untuk menentukan hubungan fungsional sebuah variabel tidak bebas atau variabel dependen dengan dua atau lebih variabel bebas atau variabel independen. Dengan demikian, metode ini digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel dependen. Berikut rumus yang digunakan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

#### b. Uji Hipotesis

##### 1). Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

##### 2). Uji F

Uji ini dilaksanakan dengan membandingkan *p-value* pada kolom Sig dengan tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05. Jika *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, sebaliknya jika *p-value* lebih besar dari 0,05 maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

##### 3). Uji t

Uji t, yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih, adalah jawaban temporer terhadap rumusan masalah. Tingkat signifikan 5% digunakan. Dengan kata lain, jika probabilitas  $H_a$  lebih dari 0,05, maka dinyatakan tidak signifikan dan jika probabilitas  $H_a$  kurang dari 0,05, maka dinyatakan signifikan (Ghozali, 2018).

**Talbel 1**  
**Hasil Analisis Regresi Liner Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,125	1,946		,578	,564
	Digitalisasi Layanan Pajak	,549	,093	,524	5,925	,000
	Kesadaran Wajib Pajak	,356	,116	,272	3,074	,003

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Tabel diatas menunjukkan model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = 1,125 + 0,549X1 + 0,356X2 + \varepsilon$$

### C. HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,695 <sup>a</sup>	,483	,471	1,844

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Wajib Pajak, Digitalisasi Layanan Pajak  
Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Dari tabel di atas, kita dapat melihat bahwa digitalisasi layanan pajak dan kesadaran wajib pajak mempengaruhi 47,1% kepatuhan pajak dan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini memengaruhi 52,9 persen.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	270,351	2	135,175	39,745	,000 <sup>b</sup>
	Residual	289,093	85	3,401		
	Total	559,443	87			

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Menurut hasil uji f yang ditunjukkan pada tabel di atas, pengujian regresi berganda menunjukkan hasil  $f_{hitung}$  sebesar 39,745 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Nilai  $f_{hitung}$ , yang berjumlah 39,745, lebih besar dari nilai  $f_{tabel}$ , yang berjumlah 2,712. Jadi,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Ini menunjukkan bahwa digitalisasi layanan pajak dan kesadaran wajib pajak memengaruhi kepatuhan pajak.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	,578	,564
	Digitalisasi Layanan Pajak	5,925	,000
	Kesadaran Wajib Pajak	3,074	,003

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

## HASIL UJI HIPOTESIS

### 1. Pengaruh Digitalisasi Layanan Pajak Berpengaruh Signifikan Positif Terhadap Kepatuhan Pajak

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi layanan pajak memiliki tingkat signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05 dan  $t_{hitung}$  5,925 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,987 dan pengaruh variabel X terhadap Y terjadi apabila  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  atau nilai sig kurang dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, yang menunjukkan bahwa digitalisasi layanan pajak berdampak positif yang signifikan terhadap kepatuhan pajak. Dengan demikian  $H_1$  terbukti.

### 2. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepatuhan Pajak

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh terhadap variabel X, jika  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  atau nilai tanda kurang dari 0,05 dan jika  $t_{tabel}$  1,987 lebih kecil dari  $t_{hitung}$  3,074. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, yang berarti kesadaran wajib pajak berdampak positif yang signifikan terhadap kepatuhan pajak. Dengan demikian,  $H_2$  terbukti.

Talbel 5

#### Hasil Uji MRAL

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	15,229	,233		65,408	,000
X1Z	,011	,002	,277	4,762	,000
X2Z	,033	,003	,844	11,684	,000

a. Dependent Variable: Kepatuhan Pajak

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

### 3. Sosialisasi Pajak memoderasi pengaruh digitalisasi pajak terhadap kepatuhan pajak

Hasil uji variabel moderasi yang dilakukan menggunakan metode Analisis Regresi Moderasi (MRAL) menunjukkan bahwa hasil variabel interaksi antara pengetahuan tentang digitalisasi layanan pajak dan sosialisasi pajak adalah  $0,000 \leq 0,050$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel sosialisasi pajak memiliki kemampuan untuk mengontrol pengaruh digitalisasi layanan pajak terhadap kepatuhan pajak. Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  terbukti.

### 4. Sosialisasi Pajak memoderasi pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan pajak

Hasil uji variabel moderasi yang dilakukan menggunakan metode Analisis Regresi Moderasi (MRAL) menunjukkan bahwa nilai variabel interaksi antara kesadaran wajib pajak dan sosialisasi pajak adalah  $0,000 \leq 0,050$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel sosialisasi pajak memiliki kemampuan untuk mengontrol pengaruh

kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan pajak. Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  terbukti.

## PEMBAHASAN HIPOTESIS

### 1. Digitalisasi Layanan Pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak.

Dalam kasus ini, digitalisasi layanan pajak adalah faktor eksternal yang mempengaruhi keaktifan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Perbedaan dalam pendidikan, usia dan faktor lain tentunya mempengaruhi kepekaan dan pemahaman wajib pajak tentang digitalisasi layanan pajak. Studi ini sejalan dengan penelitian Tambun dan Ananda (2022) yang menemukan bahwa digitalisasi perpajakan berdampak positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Penelitian Sulistyono dan Mappanyukki (2023) juga menemukan bahwa digitalisasi perpajakan berdampak positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

### 2. Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak.

Penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa kesadaran wajib pajak berdampak positif dan signifikan terhadap pemenuhan kewajiban pajak. Ini karena semakin tinggi kesadaran wajib pajak tentang pajak, semakin termotivasi mereka untuk membayar pajak. Oleh karena itu, semakin tinggi kesadaran wajib pajak tentang pajak, semakin balik kepatuhan wajib pajak. Teori ini penting untuk menjelaskan bagaimana kepatuhan pajak seseorang berdasarkan persepsi yang berbeda-beda dan untuk menilai pajak itu sendiri, di mana individu itu sendiri yang memutuskan apakah akan mengikuti variabel pengaruh internal atau kesadaran dari peneliti. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indrayani et al. (2022) yang menemukan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian Pelintal Tarigan (2021) juga menemukan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

### 3. Sosialisasi Pajak memoderasi digitalisasi layanan pajak terhadap kepatuhan pajak.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa wajib pajak memiliki peluang yang cukup besar untuk menggunakan *e-filing* jika sosialisasi perpajakan dilakukan dengan cara yang tepat. Selain itu, pengaruh signifikan menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hubungan antara digitalisasi layanan pajak dan kepatuhan pajak. Studi sebelumnya oleh Mis Fertyno dan Semy (2021) menemukan bahwa sosialisasi perpajakan dapat meningkatkan dampak penerapan *e-filing* terhadap kepatuhan pajak.

### 4. Sosialisasi Pajak memoderasi kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan pajak.

Studi ini menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan meningkatkan hubungan antara kesadaran wajib pajak dan kepatuhan pajak. Sosialisasi perpajakan di KPP Pratama Surakarta dapat memberi tahu wajib pajak tentang pentingnya menerapkan



dan mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku. Kesimpulannya, sebagai variabel moderasi, sosialisasi perpajakan dapat memperkuat dan meningkatkan kepatuhan wajib pajak di KPP Pratama Surakarta. Studi ini sejalan dengan penelitian Hartinah et al. (2023) yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan dapat memperkuat pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak individu.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Setelah melakukan analisis dan pengujian data penelitian ini, beberapa kesimpulan dapat dibuat sebagai berikut:

1. Digitalisasi layanan pajak mempengaruhi kepatuhan pajak WPOP KPP Pratama Surakarta secara signifikan;
2. Kesadaran wajib pajak mempengaruhi kepatuhan pajak WPOP KPP Pratama Surakarta secara signifikan.
3. Sosialisasi pajak mendorong digitalisasi layanan pajak untuk kepatuhan pajak di WPOP KPP Pratama Surakarta.
4. Sosialisasi Pajak mendorong kesadaran wajib pajak untuk kepatuhan pajak di WPOP KPP Pratama Surakarta.

Berdasarkan pengujian dan analisis yang telah disajikan, penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Pengumpulan data kuisioner dilakukan pada jam kerja, beberapa responden tidak mempunyai banyak waktu untuk mengisi kuisioner tepat waktu.
2. Responden membutuhkan waktu lebih lama bahkan kurang antusias untuk mengisi kuisioner. Hal ini karena diperlukan pemahaman untuk menyelesaikan kuisioner dengan sempurna.
3. Beberapa responden merasa ragu untuk mengisi kuisioner dan memerlukan bimbingan langsung dari peneliti

#### E. DAFTAR PUSTAKA

- Afrida, A & Kusuma, Gumuya, S.M. (2022). Pengaruh Pemahaman dan Kesadaran Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Variabel Moderasi. *BALANCE: Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 7(1), 1-10.
- Hartinah, D. A. S., Kusumawati, A., & Rasyid, S. (2023). Analisis Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi: Sosialisasi Pajak sebagai Variabel Moderasi. *Owner Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(1), 195–218.
- Imam Ghozalli. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Indrayani, N. M. M., Mahaputra, I. N. K. AL., & Sudiartana, I. M. (2022). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Kharisma*, 4(2), 115–125.

- Kesauya, J., Pesireron, S., Situmeang, M. F., & Nusi, AL. (2022). Pengaruh Penerapan E-Filling System dan Pengetahuan Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Pemoderasi (Study Empiris Pada UMKM Kota Ambon). *Jurnal Maneksi*, 11(2), 342–351.
- Laura, & Akhadi, I. (2021). Pengaruh Pemahaman, Kesadaran, Kualitas Pelayanan dan Ketegasan Sanksi terhadap Kepatuhan WPOP di Wilayah Jakarta Barat. *Media Bisnis*, 13(1), 55-64.
- Mardiasmo. (2019). *Perpajakan Edisi 2019 (2019th ed)*. Andi Yogyakarta.
- Rahmawati, M. A. (2022). *Digitalisasi Administrasi Perpajakan: Implementasi di KPP Pratama Semarang Selatan*. 05.
- Republik Indonesia. (2007). Peraturan Menteri Keuangan No. 192/PMK.03/2007 tentang Tata Cara Penetapan Wajib Pajak Dengan Kriteria Tertentu Dalam Rangka Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak. Jakarta.
- Riandy, M., & Syahputera, R. (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak. *Balance: Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 5(1), 13-25.
- Riyani, Rita & Sofianty, D. (2024). Pengaruh Digitalisasi Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Subang. *Bandung Conference Series: Accountancy*.
- Saifudin, & Rahmawati, M. AL. (2020). Digitalisasi Administrasi Perpajakan: Implementasi di KPP. *Jurnal Hummansi*, 5(2), 70–80.
- Saragih, F. (2021). Analisis Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Medan Timur. 1–83.
- Sari, N. W. (2021). Pengaruh Penerapan E-Billing dan E-Filing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus Pada KPP Pratama Jakarta Duren Sawit). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unsurya*, 1(1), 47–59.
- Sukesi dan Isroim Yunaidah (2020). The Effect of Tax Socialization, Superior Service and Service Quality on Taxpayers Satisfaction and Compliance. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 22(3), 347-359.
- Situmeang, Mis Fertyno & Semy P. (2021). E-Filling Sysem Terhaldap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dalam Peran Sosialisasi Perpajakan Sebagai Pemoderasi. *Simposium Nasional Akuntansi Vokasi (SNALV) Ke-9*.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*.
- Subahri, R. A., & Kusuma, G. S. M. (2022). Pengaruh Penerapan E-Filling dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Kompetitif*, 11(2), 14–24.

- Sulistiyono, H., & Mappanyukki, R. (2023). The Effect of Tax Morals and The Digitallized Tax System on Tax Compliance with Trust in The Government as A Moderating Variable. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 4(2), 202–218.
- Tambun, S., & Resti, R. R. (2022). Dampak Tax Planning dan Digitallisasi Layanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dimoderasi oleh Nasionalisme. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(3), 3015–3026.
- Tarigan, P. (2021). Pengaruh Tingkat Kesadaran Wajib Pajak dan Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Masa Pandemi Covid-19 Studi Kasus pada KPP Tigaraksa. *Lensa Online*, 1(1), 23-30.
- Triogi, K. A., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Peraturan Perpajakan dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Malang Utara. *E-JRAL*, 10(6), 77-83.
- 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) (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(1).