

PENGARUH MENTAL AKUNTANSI, LITERASI PERPAJAKAN, DIGITALISASI PERPAJAKAN, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP INTENSI KEPATUHAN PAJAK ORANG PRIBADI

Abdullah Ulmi Zuhdhan Fanani

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

Rusmawan Wahyu Anggoro*

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

*Korespondensi: rusmawan.a@gmail.com

ABSTRACT

Taxpayer compliance is one of the key aspects of the success of state financial management. However, the level of taxpayer compliance that has not met the target remains a challenge. This study aims to examine the influence of mental accounting, tax literacy, tax service digitalization, and social media on the intention of individual taxpayer compliance. The research adopts a quantitative approach and is analyzed using multiple linear regression analysis. The population of this study consists of individual taxpayers, with a sample size of 153 determined using the purposive sampling method. The results indicate that mental accounting, tax service digitalization, and social media positively affect the intention of individual taxpayer compliance, while tax literacy has no effect on the intention of individual taxpayer compliance.

Keywords: *Mental-accounting, tax-literacy, tax-digitalization, social-media, taxpayer-compliance.*

ABSTRAK

Kepatuhan wajib pajak merupakan salah satu aspek kunci dalam keberhasilan pengelolaan keuangan negara. Akan tetapi, tingkat kepatuhan wajib pajak yang belum memenuhi target menjadi kendalanya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh mental akuntansi, literasi perpajakan, digitalisasi layanan perpajakan, dan media sosial terhadap intensi kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Populasi penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi dengan jumlah sampel sebanyak 153 orang yang ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mental akuntansi, digitalisasi layanan perpajakan, dan media sosial berpengaruh positif terhadap intensi kepatuhan wajib pajak orang pribadi, sementara literasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap intensi kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Kata kunci: Mental-akuntansi, literasi-perpajakan, digitalisasi-perpajakan, media-sosial, kepatuhan-pajak.

JEL: M40

Diterima	: 16 April 2025
Ditinjau	: 30 April 2025
Dipublikasikan	: 30 April 2025

1. PENDAHULUAN

Kepatuhan wajib pajak merupakan salah satu aspek kunci dalam keberhasilan pengelolaan keuangan negara. Pemerintah bergantung pada penerimaan pajak untuk membiayai pembangunan nasional, namun tantangan terkait rendahnya tingkat kepatuhan pajak masih menjadi masalah di berbagai negara, termasuk Indonesia. Berdasarkan data dari Direktorat Jenderal Pajak (DJP), tingkat kepatuhan formal wajib pajak orang pribadi masih belum mencapai target yang diharapkan. Jumlah wajib pajak orang pribadi yang menyampaikan SPT Tahunan per 11 April 2024 baru 12,63 juta dari 80,27 juta yang terdaftar sampai dengan tahun 2024. Hal ini menuntut adanya kajian mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi intensi kepatuhan wajib pajak.

Salah satu pendekatan untuk memahami fenomena ini adalah melalui kajian mental akuntansi, yang merujuk pada cara individu mengatur dan memisahkan pengeluaran mereka dalam "akun mental" tertentu (Thaler, 1985). Mental akuntansi dapat memengaruhi bagaimana wajib pajak memandang kewajiban pajak sebagai prioritas pengeluaran, yang pada akhirnya berdampak pada niat mereka untuk patuh. Penelitian sebelumnya oleh Sadrin, Malikhah, & Afifudin (2021) menemukan bahwa pengelolaan keuangan berbasis mental accounting memiliki hubungan positif dengan kepatuhan fiskal individu di Indonesia.

Selain itu, literasi perpajakan memainkan peran penting dalam membentuk intensi kepatuhan. Literasi perpajakan mencakup pemahaman wajib pajak tentang peraturan, manfaat, dan kewajiban perpajakan. Studi oleh Khodijah, Barli, & Irawati (2021) menunjukkan bahwa literasi perpajakan yang baik meningkatkan kepercayaan wajib pajak terhadap sistem perpajakan di Indonesia, sehingga mendorong mereka untuk memenuhi kewajiban perpajakannya.

Seiring berkembangnya teknologi, digitalisasi layanan perpajakan telah menjadi salah satu strategi utama otoritas pajak untuk meningkatkan efisiensi administrasi dan kepatuhan wajib pajak. Fasilitas seperti e-filing, e-billing, dan e-registration memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam proses pembayaran pajak. Penelitian oleh Sulistyono dan Mappanyukki (2023) menyoroti bahwa digitalisasi layanan perpajakan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dengan mengurangi kerumitan prosedural dan memberikan pengalaman yang lebih transparan.

Media sosial juga telah menjadi alat komunikasi yang efektif dalam memengaruhi perilaku wajib pajak. Melalui media sosial, otoritas pajak dapat menyampaikan informasi, edukasi, dan himbauan terkait kewajiban perpajakan secara lebih luas dan interaktif. Studi oleh Fitriana *et al.* (2024) menunjukkan adanya pengaruh media sosial terhadap intensi kepatuhan wajib pajak di Indonesia.

Meskipun banyak penelitian telah dilakukan terhadap masing-masing variabel tersebut, kajian yang mengintegrasikan pengaruh mental akuntansi, literasi perpajakan, digitalisasi layanan perpajakan, dan media sosial terhadap intensi kepatuhan wajib pajak orang pribadi masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji secara komprehensif hubungan antara variabel-variabel tersebut terhadap intensi kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Integrasi variabel-variabel di atas diharapkan menambah validitas dan reliabilitas penelitian serta memberikan gambaran yang lebih lengkap hubungan antarvariabel.

2. TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi adalah kondisi saat wajib pajak dapat melakukan seluruh kewajiban perpajakan serta menggunakan hak perpajakannya dengan sebaik mungkin (Ramadhan, Arifin, & Aulina, 2022). Dimensi atau indikator Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi adalah wajib pajak bersedia melakukan registrasi diri untuk memperoleh identitas berupa NPWP, wajib pajak mampu mengisi SPT secara kredibel, lengkap, dan akurat sesuai dengan ketentuan yang berlaku, wajib pajak mampu melaporkan SPT sebelum tenggat waktu selesai, wajib pajak mampu dan patuh dalam membayar utang pajak (Ramadhan, Arifin, & Aulina, 2022).

Kepatuhan wajib pajak tercermin dari tindakan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban sesuai dengan ketentuan undang-undang perpajakan yang berlaku. Wajib pajak yang membayar pajak dalam jumlah besar tidak serta-merta dianggap patuh, karena kepatuhan ditentukan oleh disiplin dan ketaatan dalam menjalankan kewajiban perpajakan. Jika seorang wajib pajak memiliki tunggakan atau terlambat menyetorkan pajak, maka ia tidak dapat dianggap patuh, meskipun jumlah pajak yang dibayarkan besar dan memberikan kontribusi signifikan pada kas negara.

2.1 Teori Atribusi

Pada tahun 1958, Heider telah mengembangkan teori atribusi yang menjelaskan mengenai perilaku individu yang dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Teori atribusi merupakan salah satu teori yang dapat menjelaskan mengenai apa yang menjadi determinan atas suatu peristiwa, menjawab pertanyaan “mengapa”, terutama jika dihubungkan dengan penjelasan perilaku setiap individu. Kelley & Michela (1980) mendefinisikan teori atribusi sebagai teori mengenai bagaimana seseorang mencari tahu suatu penyebab. Berdasarkan penjelasan tersebut, teori atribusi juga dapat dikaitkan dengan konteks perpajakan, misalnya dalam hal memetakan apa saja faktor-faktor yang menyebabkan kepatuhan pajak para wajib pajak.

2.2 *Mental Accounting* (Mental Akuntansi)

Mental Akuntansi adalah suatu rangkaian operasi kognitif yang digunakan oleh setiap individu dan rumah tangga untuk mengatur, mengevaluasi, dan melacak aktivitas keuangan (Thaler, 1999). Thaler (1999) juga menjelaskan bahwa salah satu contoh dari Mental Akuntansi adalah pengalokasian keuangan dengan memberi label pada sumber dana dan penggunaan dana. Pengeluaran dikelompokkan dalam suatu kategori (sewa, hiburan, makan, dll) yang dibatasi dengan anggaran secara implisit maupun eksplisit.

Mental akuntansi dalam perpajakan berkaitan dengan persepsi seseorang bahwa ketika mereka memperoleh pendapatan atau melakukan penjualan terdapat bagian iuran kepada negara (pajak) yang sebaiknya dipisahkan dari pendapatan bersih (Muehlbacher & Kirchler, 2013). Muehlbacher *et al.* (2017) menemukan bahwa pemisahan pajak dari pendapatan mempunyai korelasi positif terhadap sikap seseorang terkait dengan pajak dan menghasilkan kepatuhan yang lebih tinggi.

Mental akuntansi adalah proses psikologis ketika individu mengelompokkan dan

memisahkan sumber daya keuangan mereka ke dalam kategori yang berbeda (Thaler, 1985). Hasil studi oleh Muehlbacher *et al.* (2017) menunjukkan bahwa mental akuntansi dapat memengaruhi cara wajib pajak mempersepsikan dan mengelola kewajibannya. Mental akuntansi dapat menciptakan persepsi bahwa pajak adalah bagian dari kontribusi sosial, sehingga meningkatkan sikap positif terhadap kepatuhan pajak. Fenomena ini berpotensi memengaruhi tingkat intensi kepatuhan wajib pajak, yaitu kesediaan individu untuk memenuhi kewajiban pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dari penjelasan di atas, maka diajukan hipotesis “Mental akuntansi berpengaruh positif terhadap intensi kepatuhan wajib pajak orang pribadi”.

2.3 Literasi Perpajakan

Literasi pajak adalah sebuah upaya meningkatkan daya cerna masyarakat terhadap pajak sehingga melahirkan kesadaran untuk menjadi orang bijaksana yang taat pajak (Saputro, 2018). Konsep dan praktik literasi perpajakan memiliki substansi yang sama seperti program edukasi sadar pajak yang telah dimulai oleh Dirjen Pajak Kementerian Keuangan Republik Indonesia, sehingga melalui literasi pajak seorang wajib pajak akan memiliki pengetahuan dan pemahaman terhadap peraturan perpajakan dan melahirkan sikap sadar dan taat pajak (Ibda, 2019). Literasi pajak dapat diartikan sebagai pengetahuan dan kemampuan individu perihal membaca informasi mengenai pajak, melakukan pemahaman atas informasi tersebut dan menindaklanjutinya melalui pembuatan keputusan (Kusumadewi & Dyarini, 2022). Pengetahuan dapat berupa konsep dan ketentuan umum perpajakan, jenis pajak, hingga kemampuan melakukan perhitungan, mencatat, dan melaporkan pajak.

Athaya & Valentino, (2021) menjelaskan bahwa Literasi pajak merupakan salah satu alternatif untuk mewujudkan masyarakat yang sadar pajak. Literasi adalah kemampuan seseorang dalam membaca informasi dan menindaklanjuti informasi melalui suatu keputusan yang berguna dalam hidup. Literasi pajak merupakan sebuah upaya untuk meningkatkan pemahaman bagi masyarakat terhadap pajak sehingga menimbulkan kesadaran untuk menjadi orang yang taat ketentuan perpajakan. Literasi perpajakan yang baik diyakini dapat meningkatkan intensi kepatuhan wajib pajak, karena pemahaman yang lebih baik dapat mengurangi ketidakpastian, meningkatkan persepsi manfaat, dan menurunkan risiko ketidakpatuhan, sehingga dihipotesiskan bahwa literasi perpajakan berpengaruh positif terhadap intensi kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

2.4 Digitalisasi Layanan Perpajakan

Kristawati dan Harimurti (2024) menyatakan digitalisasi layanan perpajakan merupakan perubahan sistem administrasi dan pelayanan dalam perpajakan yang berbasis teknologi dengan tujuan untuk menambah efektifitas dan efisiensi dalam pelayanan perpajakan. Digitalisasi layanan pajak online dilakukan dengan sistem elektronik yang dibuat oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) yang berupa aplikasi atau *website* untuk melakukan transaksi elektronik secara langsung antara Wajib Pajak dan DJP (Yusuf & Saputra, 2018).

Digitalisasi layanan perpajakan merupakan perubahan sistem administrasi dan pelayanan dalam perpajakan yang berbasis teknologi dengan tujuan untuk menambah efektifitas dan efisiensi dalam pelayanan perpajakan (Kristawat & Harimurti, 2024).

Digitalisasi layanan perpajakan mencakup penggunaan teknologi digital untuk mempermudah proses administrasi pajak, seperti pelaporan, pembayaran, dan konsultasi pajak. Digitalisasi bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan aksesibilitas layanan perpajakan, yang pada gilirannya dapat memengaruhi intensi wajib pajak orang pribadi untuk patuh terhadap kewajiban pajak mereka. Dari uraian di atas, digitalisasi layanan perpajakan diduga berpengaruh positif terhadap intensi kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

2.5 Media Sosial

Mata-Toledo & Gupta (2023) mendefinisikan media sosial sebagai sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual. Dalam konteks penelitian ini, media sosial berperan sebagai kanal informasi dan komunikasi strategis yang dapat memengaruhi cara wajib pajak mengatribusi atau memaknai pesan-pesan perpajakan yang diterima. Pesan yang konsisten, relevan, dan interaktif di media sosial dapat membentuk persepsi positif terhadap kewajiban perpajakan, yang pada akhirnya meningkatkan intensi kepatuhan wajib pajak. Penelitian oleh Fitriana *et al.* (2024) menunjukkan adanya pengaruh media sosial terhadap kepatuhan wajib pajak. Media sosial menyediakan platform interaktif yang memungkinkan otoritas pajak untuk membangun hubungan yang lebih personal dengan wajib pajak, sehingga mendorong terbentuknya atribusi positif (kemampuan dan niat baik) yang mengarah pada intensi kepatuhan wajib pajak.

Dalam era digital, media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi paling efektif untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Platform seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan YouTube telah dimanfaatkan oleh berbagai institusi, termasuk pemerintah dan otoritas perpajakan, untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kewajiban perpajakan. Media sosial memiliki potensi untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dengan cara menyebarkan informasi perpajakan secara luas, memberikan edukasi yang menarik, dan meningkatkan transparansi serta akuntabilitas institusi pajak. Dengan konten yang mudah dipahami, visual menarik, dan pendekatan interaktif, media sosial dapat membentuk persepsi dan sikap positif wajib pajak terhadap pembayaran pajak.

Media sosial memberikan akses langsung kepada wajib pajak untuk memperoleh informasi, mengajukan pertanyaan, dan mendapatkan respons secara cepat dari otoritas perpajakan. Hal ini diharapkan dapat membangun rasa percaya dan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga mendorong wajib pajak untuk mematuhi kewajiban perpajakan mereka.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menguji pengaruh *mental accounting*, literasi perpajakan, digitalisasi layanan perpajakan, dan media sosial terhadap intensi kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi. Sampel dipilih menggunakan metode *non-probability sampling (purposive sampling)*, dengan pertimbangan sampel wajib

pajak yang ber-NPWP dan pernah melaporkan pajaknya. Dalam penelitian ini, data primer digunakan sebagai sumber informasi utama. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data (Algifari, 2010). Data penelitian berdasarkan jawaban responden yang tercatat dalam kuesioner yang sudah disebarluaskan sebelumnya.

3.2 Definisi Operasional Variabel dan Indikator

Penelitian ini menggunakan pengukuran 5 skala *Likert* (1 = Sangat tidak setuju, 2 = Tidak setuju, 3 = Netral, 4 = Sangat setuju dan 5 = Sangat setuju). Skala *Likert* dipilih karena dianggap sesuai untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang (Sugiyono, 2018). Responden diminta mengisi dan melengkapi kuesioner dengan jawaban yang paling mewakili sikap mereka. Variabel penelitian, definisi operasional dan indikator setiap variabel penelitian tersaji dalam tabel 3.1 berikut:

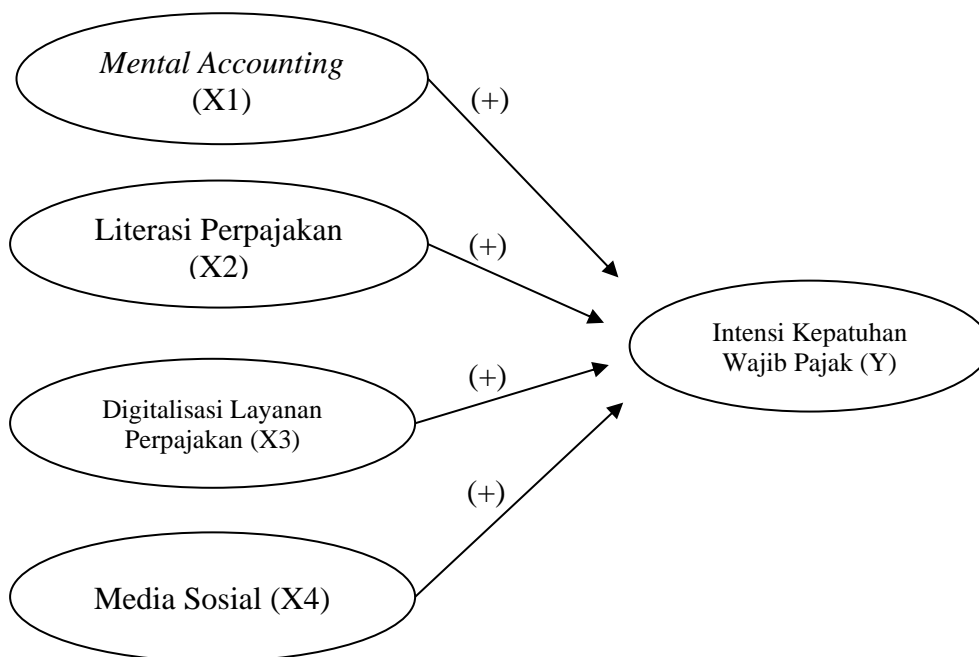
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
<i>Mental Accounting</i> (X1)	<i>Mental Accounting</i> adalah rangkaian operasi kognitif yang digunakan oleh setiap individu dan rumah tangga untuk mengatur, mengevaluasi, dan melacak aktivitas keuangan	1. Mempersepsikan 2. Membedakan 3. Mengevaluasi (Kusnandar, Kurniawan, & Sahroni, 2022)
Literasi Perpajakan (X2)	Literasi Perpajakan adalah pengetahuan dan pemahaman terhadap peraturan perpajakan yang dimiliki oleh seorang wajib pajak	1. Pengetahuan dan pemahaman mengenai NPWP 2. pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang sistem & prosedur pajak 3. Pengetahuan serta pemahaman tentang peraturan pajak yang terbaru 4. pengetahuan mengenai batas waktu membayar pajak dan melapor SPT. 5. Pengetahuan dan pemahaman tentang sanksi tidak patuh pajak. (Ma'rufah & Sari, 2023)
Digitalisasi Layanan Perpajakan (X3)	Perubahan sistem administrasi dan pelayanan dalam perpajakan yang berbasis teknologi dengan tujuan untuk menambah efektifitas dan efisiensi dalam pelayanan perpajakan	1. Aplikasi layanan pajak berbasis digital 2. Kemudahan akses informasi pajak 3. User Experience and User Friendly 4. Inovasi layanan digital (Tambun, Sitorus, & Atmojo, 2020)
Media Sosial	Sarana yang digunakan oleh	1. <i>Context</i>

(X4)	orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual	2. <i>Communication</i> 3. <i>Collaboration</i> 4. <i>Connection</i> (Solis, 2011)
Intensi Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Kondisi saat wajib pajak dapat melakukan seluruh kewajiban perpajakan serta menggunakan hak perpajakannya dengan sebaik mungkin	1. Mengisi formulir dengan benar 2. Menghitung pajak oleh wajib pajak 3. Ketepatan waktu dalam membayar pajak 4. Patuh terhadap aturan-aturan yang ditetapkan di perpajakan. 5. <i>Aspek law enforcement</i> (Gaol & Sarumaha, 2022)

3.3 Model Penelitian

Hubungan antarvariabel yang dirumuskan secara logis, dikembangkan, dan dijabarkan berdasarkan identifikasi masalah yang telah dilakukan melalui survei, wawancara, observasi, serta kajian literatur. Model Penelitian dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Model Penelitian

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dalam penelitian ini diperoleh dari responden pengisi kuesioner yang sebelumnya

dibagikan melalui *platform online* seperti *WhatsApp*, *Twitter*, dan *Instagram*. Dari total 176 kuesioner yang disebar, hanya 153 yang memenuhi syarat digunakan untuk analisis. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan memastikan validitas hasil.

Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Freq.	% tase
Karyawan/Pegawai	54	35,3
Pengusaha/Wiraswasta	26	17
Pekerjaan Bebas (freelance/dokter/notaris/dll)	23	15
Pensiunan	3	2
Pelajar/Mahasiswa	49	32
Total	153	100

Berdasarkan data yang tersaji pada Tabel 4.1, dapat dilihat bahwa responden terbanyak yang berprofesi sebagai karyawan/pegawai sebanyak 54 orang dibanding pelajar/mahasiswa (49 orang), pengusaha/wiraswasta (26 orang) dan responden dengan pekerjaan bebas (23 orang). Disamping itu terdapat responden pensiunan dengan jumlah 3 orang. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini merupakan orang yang sudah bekerja atau pernah bekerja, hal ini sesuai dengan kriteria sampel.

Tabel 4.2 Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
<i>Mental accounting</i>	153	1	5	4,25	0,87
Literasi perpajakan	153	1	5	4,20	0,94
Digitalisasi layanan perpajakan	153	1	5	4,28	0,90
Media sosial	153	1	5	4,06	1,09
Intensi kepatuhan wajib pajak	153	1	5	4,36	0,83

Dari statistika deskriptif dapat diketahui bahwa semua variabel (*mental accounting*, literasi perpajakan, digitalisasi, media sosial dan intensi untuk patuh) menunjukkan rata-rata responden setuju. Semua nilai *mean* lebih besar dari standar deviasi menunjukkan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini bersifat homogen.

Uji kualitas data meliputi uji validitas dan uji reliabilitas telah dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat diandalkan. Semua indikator lolos uji validitas dan reliabilitas. Hasil pengujian validitas dapat dilihat pada lampiran.

Hasil pengujian asumsi klasik menunjukkan bahwa data berdistribusi normal (uji normalitas Kolmogorof-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$). Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel bebas dari gejala multikolinearitas (nilai tolerance $> 0,10$ atau nilai VIF < 10). Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel bebas dari masalah heteroskedastisitas (nilai sig $> 0,05$). Hasil pengujian asumsi klasik dapat dilihat pada lampiran.

4.1 Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Hasil F-test menunjukkan kecocokan ($\text{sig} < 0,05$) model teoritis dengan model empiris yang dibangun sehingga model regresi ini dapat digunakan. Hasil uji model dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Hasil Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	959,420	4	239,855	117,041	0,000
Residual	303,299	148	2,049		
Total	1262,719	152			

Variabilitas intensi kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh variabilitas *mental accounting*, literasi perpajakan, digitalisasi layanan perpajakan, dan media sosial sebesar 76% (Nilai $R^2 = 0.76$). Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Hasil pengujian dapat dilihat pada lampiran.

4.2 Uji Hipotesis (Uji t)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tiga dari empat hipotesis yang diajukan peneliti didukung. Satu hipotesis mengenai pengaruh literasi perpajakan terhadap intensi wajib pajak untuk patuh tidak didukung (β bernilai negatif). Hasil rinci pengujian hipotesis disajikan dalam Tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4 Hasil Uji t

Model	B	t	Sig
(Constant)	2,673	2,761	0,000
Mental Akuntansi	0,231	4,012	0,000
Literasi Perpajakan	-0,234	-4,240	0,000
Digitalisasi layanan perpajakan	0,611	10,737	0,000
Media sosial	0,105	5,033	0,000

Hasil uji hipotesis pengaruh positif mental akuntansi terhadap kepatuhan terdukung (signifikansi $< 0,05$). Hal ini menandakan bahwa semakin baik sikap mental akuntansi seseorang dalam memisahkan uang pajak dari pendapatannya, maka semakin baik pula sikap dan pengendalian diri mereka dalam mematuhi kewajiban pajak. Sikap dan pengendalian perilaku yang kuat akan memperkuat niat untuk patuh, yang pada akhirnya akan mendorong seseorang untuk mematuhi kewajiban pajak. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muehlbacher, Hartl, & Kirchler (2017), serta penelitian Sadrin, Malika, & Afifudin. (2021).

Hasil uji hipotesis pengaruh positif literasi perpajakan terhadap intensi wajib pajak untuk patuh tidak terdukung karena memiliki koefisien (β) negatif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Pebrina dan Hidayatullah (2020), namun bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Khodijah, Barli, & Irawati (2021), Adilin & Giri (2024) dan Herviana & Halimatusaudiah (2022). Hal ini mungkin dipengaruhi oleh nilai reliabilitas variabel literasi perpajakan yang cukup rendah, yaitu sebesar 0,610.

Hasil uji hipotesis pengaruh positif digitalisasi layanan perpajakan terdukung (nilai

signifikansi $< 0,05$). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tambun dan Ananda (2022) yang menemukan bahwa digitalisasi perpajakan berdampak positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Penelitian oleh Sulistyono dan Mappanyukki (2023) juga menemukan bahwa digitalisasi perpajakan berdampak positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Hasil uji hipotesis pengaruh positif media sosial terhadap intensi wajib pajak untuk patuh terdukung (nilai signifikansi $< 0,05$). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fitriana *et al.* (2024) dan senada dengan temuan Pradina & Anggoro (2024) bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh besar pada kepatuhan wajib pajak.

5. KESIMPULAN

Kepatuhan wajib pajak merupakan salah satu aspek kunci dalam keberhasilan pengelolaan keuangan negara yang harus terus ditingkatkan lewat berbagai upaya dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya DJP untuk meningkatkan edukasi perpajakan berbasis mental akuntansi, menoptimalisasi digitalisasi layanan perpajakannya, meningkatkan strategi pemanfaatan media sosial untuk kampanye perpajakan, dan berkolaborasi dengan influencer dan komunitas digital.

Penelitian ini mengandalkan metode pengumpulan data melalui kuesioner (*G-Form*) yang disebarluaskan secara *online* dan cakupannya tidak terlalu luas sehingga jumlahnya terbatas yang memungkinkan adanya bias tertentu, seperti bias responden atau subjektivitas dalam analisis.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjangkau cakupan data yang lebih luas atau dapat mempertimbangkan penggunaan metode pengumpulan data yang berbeda seperti analisis data sekunder untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adilin, J. M., & Giri, E. F. (2024). Pengaruh Tingkat Penghasilan, Pengetahuan Pajak, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 119-135. doi:<https://doi.org/10.53916/jam.v35i2>
- Algifari. (2010). *Analisis Regresi Teori, Kasus dan Solusi*. Yogyakarta: BPFE.
- Athaya, N. G., & Valentino, S. F. (2021). Literasi Sadar Pajak Terhadap Tax Compliance (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Di Universitas Pendidikan Indonesia). *Epistemik: Indonesian Journal of Social and Political Science*, 41-50. Retrieved from <https://journal.epistemikpress.id/index.php/Epistemik/article/view/47>
- Fitriana, L. N., Ustman, U., Antika, R., & Budi, B. (2024). Pengaruh Media Sosial Tentang Korupsi Pajak Terhadap Kepatuhan Dan Kepercayaan Wajib Pajak. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 10(1), 72-80.
- Gaol, R. L., & Sarumaha, F. H. (2022). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus, Penyuluhan Wajib Pajak, Pemeriksaan Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Medan Petisah. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 134-140. doi:<https://doi.org/10.54367/jrak.v8i1.1762>
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relationships*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Herviana, N. S., & Halimatusaudiah, E. (2022). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan dan Kesadaran terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Riset Akuntansi*, 39-46. doi:<https://doi.org/10.29313/jra.v2i1.964>

- Ibda, H. (2019). Penguatan Literasi Perpajakan Melalui Strategi Gebuk (Gerakan Membuat Kartu) NPWP Pada Mahasiswa. *Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 83-98. doi:<https://doi.org/10.26740/jepk.v7n2.p83-98>
- Kelley, H. H., & Michela, J. L. (1980). Attribution Theory and Research. *Annual Review of Psychology*, 457-501. doi:<https://doi.org/10.1146/annurev.ps.31.0201.80.002325>
- Khodijah, S., Barli, H., & Irawati, W. (2021). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kualitas Layanan Fiskus, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, 183-195. doi:<https://doi.org/10.32493/JABI.v4i2.y2021.p183-195>
- Kristawat, E. W., & Harimurti, F. (2024). Pengaruh Digitalisasi Layanan Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Dengan Sosialisasi Pajak Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada WPOP KPP Pratama Surakarta). *Buletin Bisnis & Manajemen*, 184-194.
- Kusnandar, D. L., Kurniawan, D., & Sahroni, N. (2022). Pengaruh Mental Accounting Pada Generasi Z Terhadap Financial Behaviour Pada Masa Pandemi Covid 19 dengan dimediasi Gaya Hidup. *Valid: Jurnal Ilmiah*, 97-106. doi:<https://doi.org/10.53512/valid.v19i2.213>
- Kusumadewi, D. R., & Dyarini. (2022). Pengaruh Literasi Pajak, Modernisasi Sistem Administrasi, Insentif Pajak dan Moral Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 25-38. doi:<https://doi.org/10.29103/jak.v10i2.7182>
- Ma'rufah, K., & Sari, R. P. (2023). Moderasi Literasi Pajak: Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dosen di Perguruan Tinggi Surabaya. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 134-142. doi:<http://dx.doi.org/10.35906/equili.v12i2.1516>
- Mata-Toledo, R., & Gupta, P. (2023, December 5). *Social media. AccessScience*. doi:(2023, April). Social media. AccessScience. Retrieved <https://doi.org/10.1036/1097-8542.630752>
- Muehlbacher, S., & Kirchler, E. (2013). Mental Accounting of Self Employed Taxpayers: On the Mental Segregation of the Net Income and the Tax Due. *FinanzArchiv Public Finance Analysis*, 412-438. doi:<http://dx.doi.org/10.1628/001522113x675656>
- Muehlbacher, S., Hartl, B., & Kirchler, E. (2017). Mental Accounting and Tax Compliance: Experimental Evidence for the Effect of Mental Segregation of Tax Due and Revenue on Compliance. *Public Finance Review*, 118-139. doi:<http://dx.doi.org/10.1177/1091142115602063>
- Pradina, T. A., & Anggoro, R. W. (2024). The Influence of Psychological Cost, Religiosity, Love of Money, Education Level and Tax Socialization on Individual Taxpayer Compliance. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 193-203. doi:<https://doi.org/10.53916/jam.v35i3>
- Ramadhan, S., Arifin, M. A., & Aulina, N. U. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Pajak dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dalam Pembayaran Pajak Penghasilan (PPH) di KPP Pratama Palembang Seberang Ulu. *Wahana Media Ekonomika*, 551-569. doi:<https://doi.org/10.31851/jmwe.v18i4.7448>
- Sadrin, S., Malikah, A., & Afifudin, A. (2021). Pengaruh Mental Accounting Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *e-Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 32-42.
- Saputro, R. F. (2018, January 16). *news.ddtc*. Retrieved from DDTCNews: Artikel ini telah tayang di DDTCNews dengan judul "Membangun Rumah Literasi Pajak". Baca <https://news.ddtc.co.id/komunitas/lomba/11742/membangun-rumah-literasi-pajak>.
- Solis, B. (2011). *Engage!: The Complete Guide for Brands and Bussiness to Build, Cultivate, and Measure Succes in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Gramedia.
- Sulistiyono, H., & Mappanyukki, R. (2023). The Effect of Tax Morals and the Digitalized Tax System on Tax Compliance with Trust in the Government as a Moderating Variable. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 202-218. doi:<https://doi.org/10.31933/dijdbm.v4i2.1692>
- Tambun, S., Sitorus, R. R., & Atmojo, S. (2020). Pengaruh Digitalisasi Layanan Pajak dan Cooperative Compliance Terhadap Upaya Pencegahan Tax Avoidance Dimoderasi Kebijakan Fiskal Di Masa Pandemi Covid 19. *Media Akuntansi Perpajakan*, 74-86. doi:<https://doi.org/10.52447/map.v5i2.4440>
- Thaler, R. (1985). Mental Accounting and Consumer Choice. *Marketing Science*, 199-214. Retrieved

from <http://www.jstor.org/stable/183904>

Thaler, R. (1999). Mental Accounting Matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 183 –206.

Yusuf, E. R., & Saputra, E. R. (2018). Pengaruh Layanan Pajak Online Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pribadi (Studi Empiris Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Samarinda). *Digital Repository*, 3-12. Retrieved from <https://dspace.umkt.ac.id/handle/463.2017/640>

Lampiran**Tabel Hasil Uji Validitas**

Variabel	Kode Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Sig (2-tailed)	Keterangan
<i>Mental akuntansi</i> (X1)	MA1	0,799	0,1587	0,000	Valid
	MA2	0,778	0,1587	0,000	
	MA3	0,600	0,1587	0,000	
	MA4	0,675	0,1587	0,000	
	MA5	0,628	0,1587	0,000	

Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Sig (2-tailed)	Keterangan
Literasi Perpajakan (X2)	LP1	0,680	0,1587	0,000	Valid
	LP2	0,565	0,1587	0,000	
	LP3	0,510	0,1587	0,000	
	LP4	0,615	0,1587	0,000	
	LP5	0,665	0,1587	0,000	

Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Sig (2-tailed)	Keterangan
Digitalisasi Layanan Perpajakan (X3)	DLP1	0,682	0,1587	0,000	Valid
	DLP2	0,654	0,1587	0,000	
	DLP3	0,658	0,1587	0,000	
	DLP4	0,638	0,1587	0,000	
	DLP5	0,716	0,1587	0,000	

Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Sig (2-tailed)	Keterangan
Media Sosial (X4)	MS1	0,538	0,1587	0,000	Valid
	MS2	0,596	0,1587	0,000	
	MS3	0,597	0,1587	0,000	
	MS4	0,540	0,1587	0,000	
	MS5	0,625	0,1587	0,000	
	MS6	0,663	0,1587	0,000	
	MS7	0,648	0,1587	0,000	
	MS8	0,552	0,1587	0,000	
	MS9	0,506	0,1587	0,000	
	MS10	0,560	0,1587	0,000	
	MS11	0,619	0,1587	0,000	
	MS12	0,607	0,1587	0,000	
	MS13	0,729	0,1587	0,000	
	MS14	0,646	0,1587	0,000	

Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Sig (2-tailed)	Keterangan
Intensi Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	IKWP1	0,682	0,1587	0,000	Valid
	IKWP2	0,654	0,1587	0,000	
	IKWP3	0,658	0,1587	0,000	
	IKWP4	0,638	0,1587	0,000	
	IKWP5	0,716	0,1587	0,000	

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Mental akuntansi</i>	0,736	Valid
Literasi Perpajakan	0,610	Valid
Digitalisasi Layanan Perpajakan	0,687	Valid
Media Sosial	0,863	Valid
Intensi Kepatuhan Wajib Pajak	0,735	Valid

Uji Asumsi Klasik**Tabel Hasil Uji Normalitas**

Asymp Sig (2-tailed)	Nilai Signifikansi	Keterangan
0,200	0,05	Valid

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Mental akuntansi</i>	0,445	2,248	Bebas Multikolinearitas
Literasi Perpajakan	0,482	2,076	Bebas Multikolinearitas
Digitalisasi Layanan Perpajakan	0,472	2,117	Bebas Multikolinearitas
Media Sosial	0,442	2,261	Bebas Multikolinearitas

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig (2-tailed)	Keterangan
<i>Mental akuntansi</i>	0,112	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Literasi Perpajakan	0,092	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Digitalisasi Layanan Perpajakan	0,061	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Media Sosial	0,866	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Koefisien Determinasi**Tabel Koefisien Determinasi (R^2)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,872	0,760	0,753	1,432