

OPTIMALISASI EDUKASI PERPAJAKAN MELALUI KONTEN DIGITAL SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KESADARAN WAJIB PAJAK PADA MAHASISWA AKUNTANSI DI KABUPATEN GRESIK



NAMA PENULIS : RAHMI SALWA SAVIRA
NIM : 1021910048

DOSEN PEMBIMBING : Dr. ERLINA DIAMASTUTI S.E., M.Si., Ak.,
CA., CSRS., CSRA

ABSTRAK

Menurunnya ekonomi di Indonesia yang diakibatkan persaingan global dan dampak pemulihan ekonomi pasca pandemi, menyebabkan kurangnya pendapatan negara yang utamanya berasal dari pajak. Generasi muda sebagai calon wajib pajak merupakan kelompok masyarakat yang berpotensi untuk dapat meningkatkan penerimaan pajak. Untuk itu, pentingnya DJP meningkatkan kepedulian dan kesadaran calon wajib pajak terhadap pajak di masa yang akan datang dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi, melalui konten digital. Peneliti menggunakan metode pengambilan sampel Non Probability Sampling dengan teknik Purposive Sampling, dan setelah melalui tahap seleksi sampel, didapatkan jumlah yang sesuai dengan kriteria dalam penelitian sebesar 106 responden. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa Program Studi Akuntansi di Kabupaten Gresik dengan rentang usia 18-25 tahun dan belum memiliki penghasilan ataupun belum bekerja. Penelitian ini guna menguji pengaruh penggunaan konten digital, pemahaman media digital, dan intensitas pelayanan digital terhadap kesadaran wajib pajak.

RUMUSAN MASALAH

- ✓ Apakah Penggunaan Konten Digital berpengaruh terhadap Kesadaran Wajib Pajak ?
- ✓ Apakah Pemahaman Media Digital berpengaruh terhadap Kesadaran Wajib Pajak ?
- ✓ Apakah Intensitas Pelayanan Digital berpengaruh terhadap Kesadaran Wajib Pajak ?



METODE PENELITIAN



PENGUMPULAN DATA



TABULASI DATA



PENGOLAHAN DAN
ANALISIS DATA

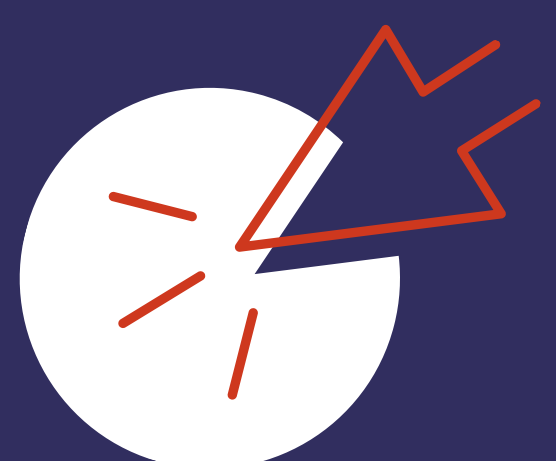


HASIL ANALISIS
DAN OLAH DATA

ANALISA DAN HASIL

- ✓ Hasil original sample dari variabel Penggunaan Konten Digital sebesar 0.014 bernilai positif karena diatas nol, nilai t-stastic kurang dari t-tabel ($t\text{-stat} > 1.960$) yaitu 0.129 dan nilai p-values yaitu 0.897 yang artinya lebih dari 0.05. Sehingga dapat dinyatakan penggunaan konten digital tidak berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak.
- ✓ Hasil original sample dari variabel Pemahaman Media Digital sebesar 0.076 bernilai positif karena diatas nol, nilai t-stastic kurang dari t-tabel ($t\text{-stat} > 1.960$) yaitu 0.872 dan nilai p-values yaitu 0.383 yang artinya lebih dari 0.05. Sehingga dapat dinyatakan pemahaman media digital tidak berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak.
- ✓ Hasil original sample dari variabel Intensitas Pelayanan Digital sebesar 0.887 bernilai positif karena diatas nol, nilai t-stastic lebih dari t-tabel ($t\text{-stat} > 1.960$) yaitu 14.017 dan nilai p-values yaitu 0.000 yang artinya kurang dari 0.05. Sehingga dapat dinyatakan intensitas pelayanan digital berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak.

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O /STDEV)	P values
Intensitas Pelayanan Digital -> Kesadaran Wajib Pajak	0.887	0.891	0.063	14.017	0.000
Pemahaman Media Digital -> Kesadaran Wajib Pajak	0.076	0.074	0.088	0.872	0.383
Penggunaan Konten Digital -> Kesadaran Wajib Pajak	0.014	0.013	0.109	0.129	0.897



KESIMPULAN

- ✓ Penggunaan Konten Digital tidak berpengaruh terhadap Kesadaran Wajib Pajak
- ✓ Pemahaman Media Digital tidak berpengaruh terhadap Kesadaran Wajib Pajak
- ✓ Intensitas Pelayanan Digital berpengaruh terhadap Kesadaran Wajib Pajak

