



Pengaruh Sosialisasi dan Literasi Perpajakan terhadap Pemahaman Hak dan Kewajiban Perpajakan Generasi Z yang telah Bekerja Kantoran di DKI Jakarta

Sopian^{1*}, Intan Chairunisa², Bella Puspita Audina³

¹⁻³Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Teknologi, Universitas Pertiwi, Indonesia

E-mail: sopian@pertiwi.ac.id¹, intanchairunisa@pertiwi.ac.id², bella.puspita@pertiwi.ac.id³

*Penulis Korespondensi: sopian@pertiwi.ac.id

Abstract. Indonesia's tax ratio weakened from 10.38% in 2022 to 9.31% in 2025 despite a growing taxpayer base, compounded by low tax awareness among Generation Z, where only 30% of young people understand basic tax obligations. This study investigates how tax socialization and tax literacy shape the extent to which Generation Z office workers in DKI Jakarta grasp their taxation rights and obligations. Using a quantitative design with purposive sampling, data were gathered from 100 eligible respondents belonging to Generation Z (born 1997-2006); the survey instrument was adapted from prior relevant studies and analyzed with IBM SPSS Statistics version 26 through simple linear regression. Findings indicate that tax socialization exerts a significant positive effect on respondents' understanding of their tax rights and obligations ($t = 10.218$, $\text{Sig.} = 0.000$), as does tax literacy ($t = 2.910$, $\text{Sig.} = 0.004$); together, the two variables account for 77.8% of the variance observed ($R = 0.884$, $\text{Adjusted } R^2 = 0.778$). What sets this study apart is its specific attention to Generation Z employees who personally undergo Article 21 income-tax withholding while working in DKI Jakarta, including those who do not yet hold a formal taxpayer identification number.

Keywords: DKI Jakarta; Generation Z; Tax Literacy; Tax Rights and Obligations Understanding; Tax Socialization.

Abstrak. Rasio pajak Indonesia melemah dari 10,38% pada 2022 menjadi 9,31% pada 2025 meskipun jumlah wajib pajak terus bertambah, fenomena ini diperparah oleh rendahnya pemahaman perpajakan di kalangan Generasi Z, di mana hanya 30% anak muda memahami kewajiban perpajakan dasar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dampak sosialisasi perpajakan dan literasi perpajakan terhadap pemahaman hak dan kewajiban perpajakan Generasi Z yang bekerja kantor di DKI Jakarta. Pendekatan kuantitatif dengan purposive sampling menghasilkan 100 responden valid dari Generasi Z kelahiran 1997-2006, instrumen diadaptasi dari penelitian terdahulu yang relevan dan diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 26 melalui regresi linear sederhana. Hasil membuktikan sosialisasi perpajakan memberikan kontribusi positif yang bermakna terhadap penyerapan serta kesadaran akan hak maupun kewajiban wajib pajak ($t = 10,218$; $\text{Sig.} = 0,000$). Di samping itu, literasi perpajakan juga menunjukkan dampak positif dan nyata ($t = 2,910$; $\text{Sig.} = 0,004$), dengan kedua variabel menjelaskan 77,8% variasi pemahaman hak dan kewajiban perpajakan ($R = 0,884$; $\text{Adjusted } R^2 = 0,778$). Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus Generasi Z pekerja kantor yang mengalami langsung pemotongan PPh Pasal 21 di DKI Jakarta, termasuk mereka yang belum memiliki NPWP formal.

Kata kunci: DKI Jakarta; Generasi Z; Literasi Perpajakan; Pemahaman Hak dan Kewajiban Perpajakan; Sosialisasi Perpajakan.

1. LATAR BELAKANG

Pajak merupakan instrumen fiskal terpenting yang menjadi tulang punggung pembiayaan pembangunan nasional. Berdasarkan UU No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, kontribusi ini bersifat wajib dan dapat dipaksakan berlandaskan hukum, tanpa disertai balas jasa langsung, dan dialokasikan sepenuhnya untuk kepentingan rakyat. Indonesia menerapkan sistem *self-assessment*, di mana setiap wajib pajak memikul tanggung jawab penuh untuk menghitung, menyetorkan, dan melaporkan sendiri kewajiban perpajakannya. Menurut Teori Atribusi (Heider, 1958), pemahaman individu

tentang hak dan kewajiban perpajakan merupakan faktor internal yang diperlukan untuk menjalankan sistem evaluasi diri secara optimal.

Namun demikian, Indonesia menghadapi paradoks perpajakan yang patut menjadi perhatian serius. Jumlah wajib pajak orang pribadi terus bertambah setiap tahunnya, dari sekitar 61,53 juta jiwa pada 2021 menjadi 80,27 juta jiwa pada 2024 (SUAR.id, 2024), namun peningkatan tersebut tidak berbanding lurus dengan kualitas penerimaan pajak. Rasio pajak Indonesia justru menunjukkan tren pelemahan, dari 10,38% pada 2022, turun menjadi 10,31% pada 2023, kembali melemah ke 10,08% pada 2024 (Kontan, 2025), dan merosot ke 9,31% pada 2025, jauh tertinggal dibandingkan rata-rata kawasan ASEAN sebesar 15-18% maupun rata-rata Asia-Pasifik sebesar 19,3% (Wildan, 2024, 2026). Rasio kepatuhan formal SPT turut anjlok dari 85,75% pada 2024 menjadi 76,07% pada 2025 (Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2024, 2025), suatu pola yang menunjukkan kesenjangan antara kepatuhan formal dan kepatuhan substantif (Nastiti, 2025).

Tabel 1. Perkembangan Tax Ratio dan Kepatuhan Formal Wajib Pajak Indonesia Tahun 2022-2025.

Tahun	Tax Ratio (%) terhadap PDB	Jumlah WP Terdaftar (juta orang)	Rasio Kepatuhan Formal SPT (%)
2022	10,38	69,91	86,80
2023	10,31	74,67	86,97
2024	10,08	80,27	85,75
2025	9,31	86,70	76,07

Sumber: Kontan (2025); DDTC News (2025); SUAR.id (2024); BPS (2024); Laporan Kinerja DJP (2025), diolah penulis.

Generasi Z (kelahiran 1997-2006) layak mendapat perhatian khusus karena kini mulai aktif sebagai wajib pajak sekaligus memasuki usia produktif, menyumbang sekitar 27,9% dari total penduduk Indonesia atau setara 74 juta jiwa (Badan Pusat Statistik, 2023; Maulida & Chairina, 2026), dan diproyeksikan mendominasi sekitar 60% populasi pada 2045 (Direktorat Jenderal Pajak, 2023b). Namun, potensi besar ini berbanding terbalik dengan tingkat literasi pajak Generasi Z yang masih rendah. Berdasarkan survei Direktorat Jenderal Pajak tahun 2022 yang dikutip Pratama Institute (2025), hanya tiga dari sepuluh anak muda di bawah usia 25 tahun yang benar-benar memahami kewajiban perpajakan paling dasar, meskipun kelompok usia 16-24 tahun merupakan pengguna internet paling aktif di Indonesia dengan penetrasi lebih dari 99% (APJII, 2023). Surianto (2026) mengungkap adanya kesenjangan antara pengetahuan teoritis Generasi Z mengenai perpajakan dengan kesiapan nyata mereka menunaikan kewajiban

tersebut. Menurut Teori Atribusi (Heider, 1958), kondisi ini menunjukkan kelemahan faktor internal (literasi pajak) yang tidak didukung cukup oleh faktor eksternal (sosialisasi pajak).

Menyadari kesenjangan tersebut, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menginisiasi program sosialisasi perpajakan bertajuk *Tax Goes to Campus* sebagai upaya strategis membangun kesadaran pajak di lingkungan kampus (Direktorat Jenderal Pajak, 2024). Meskipun demikian, sebagian besar riset perpajakan terdahulu cenderung menyoroti pengaruh literasi maupun sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak secara umum atau lebih terfokus pada pelaku UMKM, sehingga masih terdapat kesenjangan riset (*research gap*) mengenai bagaimana sosialisasi historis semacam ini benar-benar membekas pada Generasi Z yang telah beralih status menjadi pekerja kantoran. Penelitian ini menawarkan kebaruan tipe *improvement* melalui tiga aspek: (1) kebaruan konteks subjek yang spesifik pada Generasi Z yang telah bekerja kantoran, bukan mahasiswa secara umum; (2) inklusi kelompok yang belum memiliki NPWP namun telah memiliki pemahaman dasar hak dan kewajiban pajak; dan (3) pembaruan fenomena terkini dengan mengevaluasi dampak program *Tax Goes to Campus* terhadap pekerja kantoran di DKI Jakarta, wilayah dengan konsentrasi sektor formal terbesar di Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji, membuktikan, serta menganalisis secara empiris pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Literasi Perpajakan secara parsial terhadap Pemahaman Hak dan Kewajiban Perpajakan pada Generasi Z yang telah bekerja kantoran di DKI Jakarta. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi DJP dalam merancang strategi edukasi yang lebih tepat sasaran bagi pekerja pemula di sektor formal, serta memperkaya kajian akuntansi keperilakuan mengenai kepatuhan fiskal generasi muda.

2. KAJIAN TEORITIS

Pemahaman seseorang tentang hak dan kewajibannya tidak berasal dari ruang hampa, melainkan hasil interaksi dinamis antara kemampuan kognitif individu dan stimuli dari lingkungannya. Kerangka berpikir ini dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* yang digagas oleh Ajzen (1991), di mana perilaku nyata seseorang diawali oleh niat berperilaku yang terbentuk dari tiga unsur: sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Dimensi norma subjektif berkaitan dengan tingkat sosialisasi perpajakan yang diterima dari lingkungan luar (Aini et al. 2025; Maulida & Chairina, 2026), sedangkan dimensi kontrol perilaku yang dipersepsikan ditentukan oleh kapasitas literasi perpajakan yang melekat secara personal (Arafat & Santoso, 2025; Kusmawati & Rahma, 2025).

Penelitian ini juga merujuk pada *Social Cognitive Theory* yang dikembangkan Bandura (1986), dengan konsep *triadic reciprocal determinism*, yaitu pandangan bahwa perilaku manusia terbentuk dari saling keterkaitan antara lingkungan sekitar, faktor kognitif personal, dan perilaku itu sendiri. Lingkungan yang kaya akan informasi perpajakan dari program sosialisasi DJP akan diserap dan memengaruhi kapasitas literasi perpajakan individu, dan ketika keduanya berinteraksi secara suportif, akan lahir kematangan pemahaman hak dan kewajiban perpajakan pada pekerja pemula (Febrianti & Supratiningsih, n.d.; Herviana & Halimatusadiah, 2022).

Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan dipahami sebagai rangkaian upaya sistematis, terencana, dan berkelanjutan oleh DJP maupun pihak berwenang lainnya guna menyebarluaskan informasi, menanamkan nilai kesadaran hukum, serta membina masyarakat mengenai sistem perpajakan (Elfriska, 2025; Maulida & Chairina, 2026). Sosialisasi tidak lagi dipandang sebagai komunikasi satu arah, melainkan sebuah proses enkulturasi budaya sadar pajak yang interaktif (Aini et al., 2025; Putri, 2023). Otoritas fiskal menerapkan dua metode utama: sosialisasi langsung (penyuluhan tatap muka, seminar, program *Tax Goes to Campus* dan sosialisasi tidak langsung melalui media massa, iklan layanan masyarakat, dan platform digital seperti Instagram, *TikTok*, dan *YouTube* (Kusmawati & Rahma, 2025; Salsabila, 2023), yang menjadi ujung tombak utama dalam menjangkau Generasi Z sebagai digital *natives* (Sinuhaji, 2024; Surianto, 2026).

Literasi Perpajakan

Berbeda dengan pengetahuan perpajakan konvensional yang hanya menuntut seseorang mengetahui dan mengingat aturan, literasi perpajakan didefinisikan sebagai kombinasi kesadaran, wawasan teori, keterampilan teknis, serta sikap finansial yang dibutuhkan individu untuk menganalisis, mengevaluasi, dan mengambil keputusan keuangan yang bertanggung jawab terkait hak dan kewajiban perpajakannya (Arafat & Santoso, 2025; Salsabila, 2023). Literasi perpajakan diukur melalui tiga dimensi indikator: pengetahuan hukum fiskal dasar, kecakapan prosedural dan administrasi digital (termasuk sistem *Coretax*), dan kesadaran kritis fungsi pajak (Elfriska, 2025; Kusmawati & Rahma, 2025).

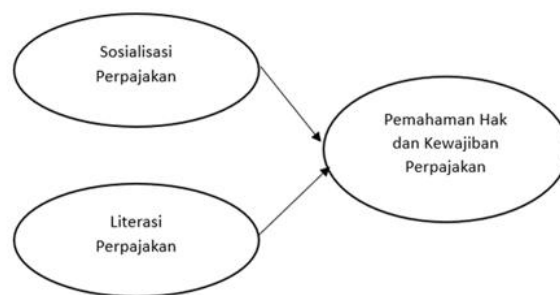
Pemahaman Hak dan Kewajiban Perpajakan

Pemahaman hak dan kewajiban perpajakan menunjukkan tingkat pemaknaan, internalisasi, dan penguasaan wajib pajak terhadap aturan hukum fiskal yang berlaku (Nastiti, 2025; Sinuhaji, 2024). Dalam sistem *self-assessment*, pemahaman yang berimbang antara aspek hak (seperti hak atas kerahasiaan data dan hak koreksi administratif) dan aspek

kewajiban (seperti kewajiban mendaftarkan NPWP dan melaporkan SPT tahunan) melahirkan ekosistem kepatuhan sukarela yang didasari kesadaran batin, bukan rasa takut akan sanksi (Panjaitan et al., 2026; Putri, 2023). *Theory of Cognitive Dissonance* dari Festinger (1957) menjelaskan bahwa pekerja muda kerap mengalami disonansi ketika gaji mereka dipotong pajak tanpa merasa menerima timbal balik langsung; pemahaman hak dan literasi yang memadai berperan sebagai penyeimbang kognitif atas kondisi tersebut.

Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

Studi ini menempatkan sosialisasi perpajakan sebagai stimulus lingkungan yang membentuk norma subjektif, dan literasi perpajakan sebagai kemampuan kognitif pribadi yang mengontrol perilaku individu, dengan alur berpikir deduktif yang menyatukan *Theory of Planned Behavior* dan *Social Cognitive Theory*. Kedua variabel independen diuji secara parsial terhadap pemahaman hak dan kewajiban perpajakan tanpa pengujian pengaruh simultan, sesuai batasan ruang lingkup penelitian.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian.

Argumentasi hipotesis pertama didasarkan pada logika bahwa pemahaman kognitif manusia merupakan produk langsung dari penyerapan informasi yang disediakan lingkungan luar secara konsisten (Elfriska, 2025; Maulida & Chairina, 2026). Program edukatif DJP seperti *Tax Goes to Campus* dan konten digital berperan vital dalam membentuk norma subjektif bahwa memahami aturan fiskal adalah tindakan yang penting dan lumrah bagi warga negara yang baik (Aini et al., 2025; Atifa, 2023; Panjaitan et al., 2026). Berlandaskan hal tersebut, dirumuskan:

H1: Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Pemahaman Hak dan Kewajiban Perpajakan Generasi Z yang telah bekerja kantoran di DKI Jakarta.

Argumentasi hipotesis kedua bersandar pada premis bahwa penguasaan informasi internal merupakan modal dasar bagi individu dalam menentukan tindakan hukumnya secara akuntabel. Dalam koridor *Theory of Planned Behavior*, literasi perpajakan merepresentasikan dimensi *perceived behavioral control* (Ajzen, 1991), di mana pekerja dengan literasi yang kuat

tidak mudah mengalami kebingungan teknis atau sikap apatis terhadap urusan perpajakan mereka (Salsabila, 2023; Surianto, 2026). Konsistensi bukti empiris menegaskan bahwa kapasitas literasi personal merupakan roda penggerak utama dalam mendongkrak ketepatan pemahaman aturan pada wajib pajak (Arafat & Santoso, 2025; Elfriska & Nastiti, 2025; Herviana & Halimatusadiah, 2022). Berlandaskan hal tersebut, dirumuskan:

H2: Literasi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Pemahaman Hak dan Kewajiban Perpajakan Generasi Z yang telah bekerja kantoran di DKI Jakarta.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan filosofi *positivism*, paradigma deduktif, dan strategi survei/kuesioner (Saunders, 2012; Sugiyono, 2019). Horizon waktu yang digunakan adalah *cross-sectional*, dengan data dihimpun secara serentak pada periode 2026 untuk menggambarkan kondisi pemahaman hak dan kewajiban perpajakan Generasi Z pada saat penelitian dilakukan. Lokasi penelitian dibatasi pada wilayah DKI Jakarta karena statusnya sebagai pusat pertumbuhan ekonomi dan konsentrasi sektor formal/perkantoran terbesar di Indonesia.

Populasi dan Sampel

Populasi sasaran penelitian adalah seluruh individu Generasi Z yang berprofesi sebagai tenaga kerja formal/kantoran di DKI Jakarta. Karena jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti, populasi diklasifikasikan sebagai populasi tak terhingga (*infinite population*) (Sugiyono, 2019). Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dengan kriteria responden: (1) telah berstatus karyawan/pegawai kantor; (2) memiliki pemahaman dasar mengenai hak dan kewajiban perpajakan (seperti mengetahui adanya pemotongan PPh Pasal 21); dan (3) tetap mencakup responden yang belum memiliki NPWP, sepanjang memenuhi kriteria pemahaman dasar tersebut.

Jumlah sampel minimum dihitung menggunakan rumus Lemeshow (1997) untuk populasi tak terhingga, dengan tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1,96$), estimasi proporsi $P = 0,5$, dan *margin of error* $d = 0,1$, menghasilkan $N = 96,04$ yang dibulatkan menjadi 97 responden. Penelitian ini berhasil menghimpun 100 responden valid melalui kuesioner daring (*Google Form*) yang didistribusikan melalui grup pesan instan dan platform media sosial ke seluruh lima wilayah kota administrasi DKI Jakarta.

Operasionalisasi Variabel dan Teknik Analisis Data

Penelitian ini melibatkan tiga variabel: Sosialisasi Perpajakan (X1, 6 indikator), Literasi Perpajakan (X2, 5 indikator), dan Pemahaman Hak dan Kewajiban Perpajakan (Y, 6 indikator), yang diukur menggunakan skala Likert 1-5. Data diolah menggunakan *IBM SPSS Statistics* versi 26 melalui tahapan: (1) uji validitas dengan korelasi *Pearson Product Moment* (r tabel = 0,197 pada $df = 98$, $\alpha = 5\%$) dan uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* (dinyatakan reliabel jika $\alpha > 0,60$) (Ghozali, 2018; Sugiyono, 2019); (2) uji asumsi klasik meliputi uji normalitas (*One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dan grafik *P-Plot*), uji multikolinearitas (*Tolerance* dan *VIF*), serta uji heteroskedastisitas (grafik *Scatterplot* dan uji *Glejser*); dan (3) analisis regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, dengan model: Model 1 (H1): $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \varepsilon$, Model 2 (H2): $Y = \alpha + \beta_2 X_2 + \varepsilon$.

di mana Y adalah Pemahaman Hak dan Kewajiban Perpajakan, α konstanta, β koefisien regresi, X_1 Sosialisasi Perpajakan, X_2 Literasi Perpajakan, dan ε error term. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji koefisien korelasi (r), uji koefisien determinasi (Adjusted R^2), dan uji t parsial pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, dengan kriteria H_0 ditolak apabila t hitung $> t$ tabel dan $\text{Sig.} < 0,05$ (Ghozali, 2018).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Penelitian ini memperoleh 100 responden yang seluruhnya memenuhi kriteria *purposive sampling*. Sebaran demografis responden dirangkum pada Tabel 2.

Tabel 2. Profil Demografis Responden (N = 100).

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	72	72,0
	Laki-laki	28	28,0
Tahun Kelahiran	2003-2004 (dominan)	51	51,0
	Tahun kelahiran lain (1997-2002, 2005-2006)	49	49,0
Pendidikan	S1	49	49,0
	SMA/SMK	45	45,0
	D3 dan S2/S3	6	6,0
Lama Bekerja	6 bulan - 1 tahun	41	41,0
	1 - 3 tahun	37	37,0
	> 3 tahun	22	22,0

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Sektor Industri	Perbankan/Keuangan	33	33,0
	Perdagangan	27	27,0
	Manufaktur, Teknologi, dan lainnya	40	40,0
Wilayah Kerja	Jakarta Selatan	34	34,0
	Jakarta Timur	22	22,0
	Jakarta Pusat, Utara, dan Barat	44	44,0
Status NPWP	Sudah memiliki NPWP aktif	72	72,0
	Belum memiliki NPWP, PPh 21 dipotong	18	18,0
	Belum memiliki NPWP, belum dipotong pajak	10	10,0

Sumber: Data primer diolah SPSS 26 (2026).

Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (72,0%) dengan tahun kelahiran terbanyak pada 2003-2004, berpendidikan S1 (49,0%), dan telah bekerja 6 bulan hingga 1 tahun (41,0%). Sebanyak 72,0% responden telah memiliki NPWP aktif, sementara 18,0% belum memiliki NPWP namun telah memahami adanya pemotongan PPh Pasal 21, sejalan dengan kriteria kebaruan sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini.

Statistik Deskriptif

Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Sosialisasi Perpajakan (X1)	100	12,00	30,00	24,20	4,415
Literasi Perpajakan (X2)	100	10,00	25,00	21,00	4,068
Pemahaman Hak & Kewajiban Perpajakan (Y)	100	11,00	30,00	24,19	5,096

Sumber: Data primer diolah SPSS 26 (2026).

Nilai rata-rata ketiga variabel yang mendekati batas maksimum mengindikasikan bahwa mayoritas responden berada pada kategori skor tinggi. Variabel Sosialisasi Perpajakan (mean = 24,20) menunjukkan intensitas penerimaan informasi sosialisasi yang cukup optimal, Literasi Perpajakan (mean = 21,00) berada pada kualifikasi memadai, dan Pemahaman Hak dan Kewajiban Perpajakan (mean = 24,19) tergolong tinggi secara agregat (Ghozali, 2018; Sugiyono, 2019).

Uji Validitas, Reliabilitas, dan Asumsi Klasik

Uji validitas dengan korelasi Pearson Product Moment menunjukkan seluruh 17 butir indikator pada ketiga variabel (X1, X2, dan Y) memiliki nilai r hitung berkisar 0,705-0,928, seluruhnya melampaui r tabel sebesar 0,197 ($df = 98$, $\alpha = 5\%$), sehingga dinyatakan valid. Uji

reliabilitas dengan Cronbach's Alpha menghasilkan nilai 0,886 untuk X1, 0,922 untuk X2, dan 0,930 untuk Y, seluruhnya berada jauh di atas ambang batas 0,60 dan tergolong sangat reliabel (Ghozali, 2018).

Tabel 4. Ringkasan Hasil Uji Asumsi Klasik.

Uji	Indikator	Nilai	Keterangan
Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200	Residual berdistribusi normal
Multikolinearitas (X1)	Tolerance / VIF	0,451 / 2,220	Tidak terjadi multikolinearitas
Multikolinearitas (X2)	Tolerance / VIF	0,451 / 2,220	Tidak terjadi multikolinearitas
Heteroskedastisitas - Glejser (X1)	Sig.	0,284	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Heteroskedastisitas - Glejser (X2)	Sig.	0,847	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah SPSS 26 (2026).

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, yang didukung oleh grafik Normal P-Plot dan histogram yang membentuk kurva lonceng simetris, sehingga asumsi normalitas terpenuhi. Nilai Tolerance kedua variabel bebas sebesar 0,451 ($> 0,10$) dan VIF sebesar 2,220 (< 10) menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas. Uji Glejser menghasilkan signifikansi X1 sebesar 0,284 dan X2 sebesar 0,847, keduanya di atas 0,05, yang dikuatkan oleh grafik Scatterplot dengan sebaran titik acak tanpa pola sistematis, sehingga model regresi terbebas dari heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

Analisis Regresi dan Uji Hipotesis

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear, Korelasi, Determinasi, dan Uji t.

Variabel	B	Beta	R	Adj. R ²	t hitung	t tabel	Sig.	Keputusan
(Constant)	-1,365	-			-0,973		0,333	-
Sosialisasi Perpajakan (X1)	0,833	0,721	0,884	0,778	10,218	1,984	0,000	H0 ditolak, Ha diterima
Literasi Perpajakan (X2)	0,257	0,205	0,884	0,778	2,910	1,984	0,004	H0 ditolak, Ha diterima

Dependent Variable: Pemahaman Hak dan Kewajiban Perpajakan (Y).

Sumber: Data primer diolah SPSS 26 (2026).

Persamaan regresi yang terbentuk untuk kedua model adalah $Y = -1,365 + 0,833X_1$ (Model 1) dan $Y = -1,365 + 0,257X_2$ (Model 2). Koefisien regresi positif pada X1 (0,833) menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan sosialisasi perpajakan meningkatkan pemahaman hak dan kewajiban perpajakan sebesar 0,833 satuan, sementara koefisien X2

(0,257) menunjukkan kenaikan satu satuan literasi perpajakan meningkatkan pemahaman sebesar 0,257 satuan, dengan variabel lain diasumsikan tetap.

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,884 berada pada interval 0,80-1,000, tergolong sangat kuat (Sugiyono, 2019), yang mengonfirmasi keterikatan erat antara kedua variabel bebas dengan pemahaman hak dan kewajiban perpajakan. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,778 menunjukkan bahwa Sosialisasi Perpajakan dan Literasi Perpajakan secara bersama-sama mampu menjelaskan 77,8% variasi Pemahaman Hak dan Kewajiban Perpajakan, sedangkan sisanya 22,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar model, seperti ketegasan sanksi perpajakan, legitimasi lembaga fiskal, atau jenjang pendidikan formal (Ghozali, 2018).

Dengan $df = n - k - 1 = 97$ pada taraf signifikansi 5% (dua arah), diperoleh t tabel sebesar 1,984. Variabel Sosialisasi Perpajakan (X1) menghasilkan t hitung $10,218 > t$ tabel 1,984 dengan Sig. $0,000 < 0,05$, sehingga H01 ditolak dan Ha1 diterima. Variabel Literasi Perpajakan (X2) menghasilkan t hitung $2,910 > t$ tabel 1,984 dengan Sig. $0,004 < 0,05$, sehingga H02 ditolak dan Ha2 diterima. Dengan demikian, kedua hipotesis penelitian ini terbukti secara empiris.

Pembahasan

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Pemahaman Hak dan Kewajiban Perpajakan

Temuan empiris membuktikan bahwa Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemahaman Hak dan Kewajiban Perpajakan Generasi Z pekerja kantor di DKI Jakarta, ditunjukkan oleh t hitung 10,218 yang jauh melampaui t tabel serta koefisien regresi positif 0,833. Sosialisasi yang efektif, baik melalui pelatihan langsung, media massa, maupun kanal digital, membantu pekerja pemula memahami alasan mendasar di balik pemotongan PPh Pasal 21, sehingga tidak lagi dipandang sebagai pemangkasan hak sepihak melainkan sebagai wujud kontribusi hukum yang sah.

Temuan ini selaras dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), di mana masifnya penyuluhan DJP berfungsi sebagai pemantik eksternal yang membentuk norma subjektif, dan dengan *Social Cognitive Theory* (Bandura, 1986), yang menegaskan bahwa pemahaman berkembang melalui interaksi timbal balik dengan lingkungan yang informatif. Hasil ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang menegaskan bahwa kejelasan materi sosialisasi dan kedekatan saluran komunikasi otoritas fiskal secara parsial memberikan dampak positif signifikan terhadap pemahaman aturan pada wajib pajak sektor formal (Aini et al., 2025; Atifa, 2023; Elfriska, 2025; Maulida & Chairina, 2026; Putri, 2023; Sinuhaji, 2024).

Pengaruh Literasi Perpajakan terhadap Pemahaman Hak dan Kewajiban Perpajakan

Literasi Perpajakan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemahaman Hak dan Kewajiban Perpajakan, ditunjukkan oleh t hitung $2,910 > t$ tabel $1,984$ dengan Sig. $0,004$ dan koefisien regresi positif $0,257$. Karyawan Generasi Z dengan literasi perpajakan yang kuat tidak mudah mengalami kebingungan teknis, kecemasan administratif, atau sikap apatis terhadap urusan perpajakan mereka, karena kapasitas kognitif yang melek aturan memungkinkan mereka menghitung tarif progresif pajak penghasilan secara mandiri dan menavigasi sistem Coretax secara responsif.

Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, literasi perpajakan merepresentasikan dimensi *perceived behavioral control* (Ajzen, 1991). *Theory of Cognitive Dissonance* dari Festinger (1957) turut menjelaskan bagaimana literasi yang tinggi berperan sebagai penyeimbang kognitif atas disonansi yang dialami pekerja muda ketika gajinya dipotong pajak, dengan menyadarkan mereka atas hak-hak normatif yang menyertai kewajiban tersebut, seperti hak atas bukti potong dan hak restitusi. Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang menegaskan bahwa kapasitas literasi personal merupakan modal dasar utama dalam menggerakkan pemahaman aturan dan kesadaran fiskal wajib pajak individu (Arafat & Santoso, 2025; Eris Kusmawati & Maharani Rahma, 2025; Nastiti, 2025; Herviana & Halimatusadiah, 2022; Salsabila, 2023; Surianto, 2026).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini membuktikan bahwa Sosialisasi Perpajakan dan Literasi Perpajakan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Pemahaman Hak dan Kewajiban Perpajakan pada Generasi Z yang telah bekerja kantor di DKI Jakarta, dengan Sosialisasi Perpajakan ($t = 10,218$; Sig. = $0,000$; $\beta = 0,833$) menunjukkan pengaruh yang lebih dominan dibandingkan Literasi Perpajakan ($t = 2,910$; Sig. = $0,004$; $\beta = 0,257$). Kedua variabel secara bersama-sama menjelaskan $77,8\%$ variasi pemahaman hak dan kewajiban perpajakan, sementara $22,2\%$ sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Temuan ini menyakinkan keberlakuan *Theory of Planned Behavior* dalam memosisikan sosialisasi sebagai penguat norma subjektif dan literasi sebagai kontrol perilaku yang dipersepsikan, sekaligus *Social Cognitive Theory* mengenai kontribusi ekosistem informatif terhadap pembentukan kapasitas kognitif individu.

Berdasarkan temuan tersebut, DJP disarankan memperluas program *Tax Goes to Campus* dengan versi lanjutan yang menyasar *fresh graduate* dan karyawan baru, mengingat $41,0\%$ responden baru bekerja 6 bulan hingga 1 tahun dan masih dalam fase adaptasi terhadap

sistem perpajakan formal, serta mengoptimalkan kanal digital sesuai karakteristik Generasi Z sebagai digital *natives*. Perusahaan dan praktisi manajemen SDM disarankan memasukkan program orientasi perpajakan ke dalam proses *onboarding* karyawan baru, mengingat masih terdapat 28,0% responden yang belum memiliki NPWP formal.

Generasi Z sebagai wajib pajak aktif disarankan meningkatkan literasi perpajakan secara mandiri melalui aplikasi *Coretax* dan situs pajak.go.id, khususnya terkait hak restitusi dan hak pengajuan keberatan yang masih kurang dipahami. Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti sanksi perpajakan, kepercayaan terhadap institusi pajak (*tax trust*), atau pengalaman kerja sebagai variabel penjelas tambahan, serta memperluas cakupan wilayah penelitian di luar DKI Jakarta.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Sopian, S.E., M.Ak., CPPT dan Bella Puspita Audina, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing atas bimbingan dan arahan selama proses penelitian, serta kepada Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Teknologi, Universitas Pertiwi atas dukungan fasilitas penelitian. Artikel ini merupakan bagian dari skripsi penulis dengan judul yang sama.

DAFTAR REFERENSI

- Aini, A., Suhatmi, E. C., & Meikhati, E. (2025). Sosialisasi pajak sebagai moderasi pengaruh literasi pajak dan digitalisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi (BISMAK)*, 5(2), 84–98. <https://doi.org/10.47701/bismak.v5i1.5386>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Arafat, Y., & Santoso, A. (2025). Effect digitalization of the tax administration system and literacy on employees annual e-SPT reporting. *Al-Mal: Journal of Islamic Accounting and Finance*. <https://doi.org/10.24042/x78dqd08>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). *Profil internet Indonesia 2023: Laporan survei penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia*. <https://apjii.or.id>
- Atifa, N. (2023). *Pengaruh literasi pajak, sosialisasi perpajakan, dan pemanfaatan financial technology terhadap kepatuhan wajib pajak*.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Hasil sensus penduduk dan proyeksi penduduk Indonesia*. <https://www.bps.go.id>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Keadaan angkatan kerja di Indonesia Februari 2024*. <https://www.bps.go.id>
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.

- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business research methods* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2023a). *Bangun kesadaran pajak mahasiswa, Kanwil DJP Jabar III gelar Tax Goes to Campus*. Pajak.go.id.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2023b). *Generasi muda masa depan perpajakan Indonesia*. Pajak.go.id.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2024). *KP2KP Taliwang edukasi hak dan kewajiban perpajakan lewat Tax Goes to Campus*. Pajak.go.id.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2025). *Laporan kinerja Direktorat Jenderal Pajak tahun 2024*. <https://pajak.go.id/id/laporan-kinerja-djp>
- Elfriska. (2025). *Pengaruh literasi pajak, moral pajak dan sosialisasi perpajakan*.
- Febrianti, V., & Supraptiningsih, J. D. (n.d.). Pengaruh kesadaran pajak dan implementasi sistem Samsat Drive Thru terhadap kepatuhan PKB roda dua di Samsat Jakarta Utara (Studi pada generasi Z). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 370–387. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i1.2848>
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press. <https://doi.org/10.1515/9781503620766>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. Wiley. <https://doi.org/10.1037/10628-000>
- Herviana, N. S., & Halimatusadiah, E. (2022). Pengaruh pemahaman peraturan perpajakan dan kesadaran terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Riset Akuntansi*, 2(1), 39–46. <https://doi.org/10.29313/jra.v2i1.964>
- Kontan. (2025). *Tax ratio Indonesia 2024 anjlok ke level 10,08%*. Kontan.co.id.
- Kusmawati, E., & Rahma, M. (2025). Preferensi digitalisasi dan literasi pajak dalam meningkatkan kepatuhan pajak penghasilan generasi muda di KPP Pratama Majalaya. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Perpajakan*, 2(4), 126–142. <https://doi.org/10.61132/jeap.v2i4.1545>
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Besar sampel dalam penelitian kesehatan* (Pramono, Trans.). Gadjah Mada University Press.
- Maulida, D. N., & Chairina, S. W. (2026). Pengaruh literasi pajak, sanksi pajak, dan pemanfaatan sistem digitalisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak generasi Z dengan sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 72–82. <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.6106>
- Nastiti, A. (2025). *Digitalisasi perpajakan, pemahaman perpajakan dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak*.
- Panjaitan, D. M., Manalu, H. M., & Hutabarat, F. (2026). Pengaruh digitalisasi pajak dan edukasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi karyawan. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 5(1), 49–60. <https://doi.org/10.56916/jimab.v5i1.3845>

- Pratama Institute. (2025). *Penetrasi generasi Z di tengah gelombang pajak digital*. <https://pratamainstitute.com>
- Putri, S. H. (2023). Pengaruh sosialisasi pajak, pengetahuan pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Cendekia Akuntansi*, 4(2), 110–122. <https://doi.org/10.30587/jcaa.v2i1.5003>
- Salsabila, I. (2023). *Pengaruh tingkat literasi perpajakan, persepsi perpajakan, dan digitalisasi sistem perpajakan terhadap niat patuh pajak pada generasi Z*.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2012). *Research methods for business students* (6th ed.). Pearson Education.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Sinuhaji, L. V. (2024). Pengaruh digitalisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7(4). <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.9884>
- SUAR.id. (2024). *Jumlah wajib pajak meningkat, tax ratio menurun*. <https://www.suar.id>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Surianto, M. N. (2026). Eksplorasi pemahaman perpajakan pada generasi Z dan generasi Alpha. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 7(1). <https://doi.org/10.29303/jap.v7i1.540>
- Wildan, M. (2024, June 26). *Lebih rendah dari rata-rata Asia, OECD catat tax ratio RI 12,1 persen*. DDTC News.
- Wildan, M. (2025). *DJP: Rasio kepatuhan wajib pajak di 2024 sebesar 85,75 persen*. DDTC News.
- Wildan, M. (2026). *Kinerja penerimaan dan tantangan peningkatan tax ratio Indonesia*. DDTC News.