



Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Pajak Konten Kreator dalam Ekosistem Ekonomi Kreatif Digital

Baiq Dinda Puspita Ayu^{1*}, Rizka Luluh Prasmawati²

¹Akuntasnsi, Universitas Bumigora, Indonesia

²Akuntansi, Universitas Islam Indonesia, Indonesia

Email: baiq.dinda@universitasbumigora.ac.id¹, rizkaluluh94@gmail.com²

*Penulis Korespondensi baiq.dinda@universitasbumigora.ac.id

Abstract. *The growth of the digital creative economy has created new income opportunities for content creators through various digital platforms, while also presenting challenges in fulfilling tax obligations, particularly in terms of tax understanding, the use of digital tax services, and perceptions of tax sanctions. This study aims to examine the effects of digital tax literacy, digital tax service quality, and perceived tax sanctions on the tax compliance of content creators in the digital creative economy. A quantitative approach with an explanatory research design was employed. The sample consisted of 200 content creators who earned income from digital activities and were selected using purposive sampling. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS. The results show that digital tax literacy has a positive and significant effect on tax compliance, with a path coefficient of 0.342 and a p-value of 0.015. Digital tax service quality also has a positive and significant effect, with a coefficient of 0.287 and a p-value of 0.002, while perceived tax sanctions have a positive and significant effect, with a coefficient of 0.251 and a p-value of 0.008. Digital tax literacy has the strongest effect among the three predictors. The findings imply that improving digital tax education, strengthening technology-based tax services, and applying clear and consistent tax sanctions are important strategies for enhancing tax compliance among content creators.*

Keywords: *Content Creators; Digital Tax Literacy; Digital Tax Service Quality; Perceived Tax Sanctions; Tax Compliance.*

Abstrak. Perkembangan ekonomi kreatif digital telah membuka peluang penghasilan baru bagi konten kreator melalui berbagai platform digital, tetapi kondisi tersebut juga menghadirkan tantangan dalam pemenuhan kewajiban perpajakan, terutama terkait pemahaman perpajakan, penggunaan layanan pajak digital, dan persepsi terhadap sanksi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi perpajakan digital, kualitas layanan pajak digital, dan persepsi sanksi pajak terhadap kepatuhan pajak konten kreator dalam ekosistem ekonomi kreatif digital. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori. Sampel terdiri atas 200 konten kreator yang memperoleh penghasilan dari aktivitas digital dan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi perpajakan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak dengan koefisien jalur 0,342 dan *p-value* 0,015; kualitas layanan pajak digital berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien 0,287 dan *p-value* 0,002; serta persepsi sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien 0,251 dan *p-value* 0,008. Literasi perpajakan digital menjadi variabel dengan pengaruh paling kuat. Implikasi penelitian menekankan pentingnya peningkatan edukasi perpajakan digital, penguatan kualitas layanan berbasis teknologi, serta penerapan sanksi yang jelas dan konsisten untuk mendorong kepatuhan pajak konten kreator.

Kata kunci: Kepatuhan Pajak; Konten Kreator; Kualitas Layanan Pajak Digital; Literasi Perpajakan Digital; Persepsi Sanksi Pajak.

1. LATAR BELAKANG

Transformasi digital telah menjadi salah satu pendorong utama perubahan struktur ekonomi global dan nasional. Perkembangan teknologi informasi, internet, media sosial, serta berbagai platform digital telah menciptakan model bisnis baru yang memungkinkan individu memperoleh pendapatan melalui aktivitas berbasis konten digital. Fenomena tersebut melahirkan profesi baru yang dikenal sebagai konten kreator, yaitu individu yang

menghasilkan konten digital dan memperoleh penghasilan melalui monetisasi platform, iklan, sponsorship, afiliasi, hingga berbagai bentuk kerja sama komersial lainnya. Kehadiran profesi ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif digital telah berkembang menjadi sektor yang memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi serta penciptaan lapangan kerja baru (World Bank, 2016).

Perkembangan ekonomi digital memberikan peluang yang besar bagi peningkatan penerimaan negara melalui sektor perpajakan. Penghasilan yang diperoleh konten kreator dari berbagai platform digital pada prinsipnya merupakan objek pajak yang wajib dilaporkan dan dikenakan pajak sesuai ketentuan yang berlaku. Namun, karakteristik ekonomi digital yang fleksibel, berbasis teknologi, dan sering kali melibatkan transaksi lintas batas menghadirkan tantangan tersendiri bagi otoritas perpajakan dalam melakukan pengawasan serta memastikan kepatuhan wajib pajak. Menurut OECD (2024), perkembangan ekonomi digital menuntut administrasi perpajakan untuk beradaptasi melalui modernisasi sistem, penguatan layanan digital, dan peningkatan strategi kepatuhan berbasis teknologi agar mampu menjangkau wajib pajak yang beroperasi dalam lingkungan digital.

Di Indonesia, pertumbuhan jumlah konten kreator mengalami peningkatan yang cukup pesat seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan media sosial. Berbagai platform seperti YouTube, TikTok, Instagram, Facebook, dan platform digital lainnya telah menjadi sumber penghasilan baru bagi masyarakat. Meskipun demikian, peningkatan aktivitas ekonomi digital tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh tingkat kepatuhan perpajakan yang optimal. Barkah dan Wicaksono (2021) menjelaskan bahwa pelaksanaan kewajiban perpajakan pada sektor ekonomi digital masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal identifikasi penghasilan, pelaporan pajak, serta pengawasan atas sumber pendapatan yang diperoleh melalui platform digital. Temuan tersebut diperkuat oleh Rahman dan Hidayati (2025) yang menyatakan bahwa sistem self-assessment yang diterapkan di Indonesia masih menghadapi kendala dalam mengidentifikasi penghasilan yang diperoleh melalui platform digital sehingga berpotensi menimbulkan kesenjangan antara potensi dan realisasi penerimaan pajak.

Kepatuhan pajak merupakan faktor penting dalam mendukung keberhasilan sistem perpajakan karena menentukan efektivitas penghimpunan penerimaan negara. Tingkat kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam diri wajib pajak maupun dari lingkungan eksternal. Salah satu faktor yang dinilai memiliki pengaruh signifikan adalah literasi perpajakan digital. Literasi perpajakan digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan memahami regulasi perpajakan, tetapi juga kemampuan wajib

pajak dalam memanfaatkan berbagai layanan perpajakan berbasis digital seperti e-filing, e-billing, dan DJP Online. Dalam era digital, kemampuan tersebut menjadi semakin penting karena sebagian besar proses administrasi perpajakan telah dilakukan secara elektronik.

Penelitian Anak Agung Liska Diana Putri et al. (2025) menunjukkan bahwa literasi perpajakan digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Wajib pajak yang memiliki tingkat pemahaman yang baik mengenai regulasi perpajakan dan penggunaan sistem digital cenderung lebih mudah memenuhi kewajiban perpajakannya. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan temuan Arifin dan Rahmawati (2025) yang menyatakan bahwa literasi digital mampu meningkatkan kepatuhan pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) secara elektronik. Dewi dan Kurniawan (2025) juga menemukan bahwa literasi perpajakan digital berperan penting dalam meningkatkan kepatuhan pajak pengguna platform media sosial. Selain itu, Fadilah dan Prasetyo (2024) menegaskan bahwa edukasi perpajakan dan literasi digital merupakan faktor yang mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Selain literasi perpajakan digital, kualitas layanan pajak digital juga menjadi faktor yang berpotensi memengaruhi kepatuhan pajak. Modernisasi administrasi perpajakan telah menghasilkan berbagai inovasi layanan berbasis teknologi yang bertujuan meningkatkan efisiensi dan kemudahan pelayanan kepada wajib pajak. Kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pengguna serta mendorong wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya secara sukarela. Handayani dan Setiawan (2023) menemukan bahwa kualitas sistem e-tax berpengaruh terhadap niat kepatuhan wajib pajak melalui kepuasan pengguna. Temuan tersebut diperkuat oleh Harahap dan Wulandari (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan implementasi e-tax berkontribusi terhadap peningkatan kepatuhan perpajakan. Mustikasari (2018), Kurniasih dan Saputra (2025), serta Pratama dan Hidayat (2025) juga menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan perpajakan merupakan faktor penting yang memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak.

Faktor lain yang juga sering dikaitkan dengan kepatuhan pajak adalah persepsi terhadap sanksi perpajakan. Dalam perspektif ekonomi perilaku, individu akan mempertimbangkan manfaat dan risiko sebelum mengambil keputusan terkait kepatuhan atau pelanggaran terhadap aturan yang berlaku. Allingham dan Sandmo (1972) menjelaskan bahwa perilaku kepatuhan pajak dipengaruhi oleh persepsi wajib pajak terhadap kemungkinan terdeteksinya pelanggaran dan besarnya sanksi yang akan diterima. Semakin tinggi persepsi terhadap risiko dan sanksi, semakin tinggi kecenderungan wajib pajak untuk mematuhi ketentuan perpajakan. Penelitian Putra dan Wahyuni (2024), Sari dan Nugroho (2024), Setiawan dan Kholifah (2025), serta

Wibowo dan Hasanah (2024) menunjukkan bahwa persepsi sanksi perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital juga menunjukkan bahwa tingkat pemahaman pengguna terhadap sistem digital memengaruhi perilaku mereka dalam merespons berbagai bentuk regulasi dan risiko penggunaan teknologi. Ayu dan Ajiani (2024) menemukan bahwa pengguna QRIS menunjukkan respons yang berbeda terhadap penyalahgunaan QRIS sebagai media judi online. Temuan tersebut menunjukkan bahwa tingkat literasi digital memiliki peran penting dalam membentuk kesadaran dan perilaku pengguna terhadap penggunaan teknologi secara bertanggung jawab. Dalam konteks perpajakan, kondisi ini mengindikasikan bahwa literasi perpajakan digital menjadi faktor yang semakin penting bagi konten kreator yang beroperasi dalam lingkungan ekonomi digital.

Penelitian Ayu, Aryani, dan Komala (2023) juga menunjukkan bahwa perilaku perpajakan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berkaitan dengan pemahaman terhadap kebijakan perpajakan dan respons terhadap regulasi yang berlaku. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa perilaku wajib pajak tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat pemahaman, persepsi, dan kesadaran terhadap sistem perpajakan. Oleh karena itu, kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak konten kreator menjadi semakin relevan seiring dengan berkembangnya ekonomi kreatif digital di Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi perpajakan digital, kualitas layanan pajak digital, dan persepsi sanksi pajak terhadap kepatuhan pajak konten kreator dalam ekosistem ekonomi kreatif digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur perpajakan digital sekaligus menjadi masukan bagi Direktorat Jenderal Pajak dalam merumuskan strategi peningkatan kepatuhan pajak pada sektor ekonomi kreatif digital.

2. KAJIAN TEORITIS

Deterrence Theory

Deterrence Theory yang diperkenalkan oleh Allingham dan Sandmo (1972) menjelaskan bahwa perilaku kepatuhan pajak dipengaruhi oleh pertimbangan rasional antara manfaat yang diperoleh dari ketidakpatuhan dan risiko yang harus ditanggung apabila pelanggaran terdeteksi. Teori ini menekankan bahwa kemungkinan pemeriksaan dan tingkat sanksi menjadi faktor utama yang menentukan keputusan wajib pajak untuk patuh atau tidak patuh. Dalam konteks konten kreator, teori ini relevan karena penghasilan yang diperoleh

melalui platform digital semakin mudah ditelusuri melalui sistem informasi dan integrasi data perpajakan. Oleh karena itu, persepsi terhadap efektivitas pengawasan dan ketegasan sanksi dapat mendorong konten kreator untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya secara lebih baik.

Kepatuhan Pajak

Kepatuhan pajak merupakan kesediaan wajib pajak untuk melaksanakan seluruh kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. OECD (2024) menjelaskan bahwa kepatuhan pajak mencakup kepatuhan dalam pendaftaran, perhitungan, pembayaran, dan pelaporan pajak. Tingkat kepatuhan yang tinggi mencerminkan efektivitas sistem perpajakan dan keberhasilan administrasi pajak dalam membangun kepatuhan sukarela wajib pajak.

Literasi Perpajakan Digital

Literasi perpajakan digital merupakan kemampuan wajib pajak dalam memahami regulasi perpajakan sekaligus memanfaatkan teknologi digital untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Anak Agung Liska Diana Putri et al. (2025) menyatakan bahwa literasi perpajakan digital berperan dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan. Arifin dan Rahmawati (2025), Dewi dan Kurniawan (2025), serta Fadilah dan Prasetyo (2024) juga menunjukkan bahwa literasi digital memiliki kontribusi positif terhadap kepatuhan perpajakan pada era transformasi digital.

Kualitas Layanan Pajak Digital

Kualitas layanan pajak digital menggambarkan tingkat kemudahan, keandalan, keamanan, dan efektivitas sistem perpajakan berbasis teknologi informasi yang digunakan oleh wajib pajak. Menurut Mustikasari (2018), kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian Handayani dan Setiawan (2023), Harahap dan Wulandari (2024), Kurniasih dan Saputra (2025), serta Pratama dan Hidayat (2025) menunjukkan bahwa kualitas layanan perpajakan digital merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Persepsi Sanksi Pajak

Persepsi sanksi pajak merupakan pandangan wajib pajak mengenai tingkat ketegasan, kepastian, dan keadilan sanksi yang diterapkan oleh otoritas perpajakan. Putra dan Wahyuni (2024), Sari dan Nugroho (2024), Setiawan dan Kholifah (2025), serta Wibowo dan Hasanah (2024) menjelaskan bahwa persepsi yang positif terhadap efektivitas sanksi mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Ketika wajib pajak meyakini bahwa pelanggaran akan

dikenakan sanksi secara konsisten dan adil, kecenderungan untuk mematuhi peraturan perpajakan akan semakin meningkat.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori (*explanatory research*) yang bertujuan menganalisis hubungan kausal antara literasi perpajakan digital, kualitas layanan pajak digital, dan persepsi sanksi pajak terhadap kepatuhan pajak konten kreator dalam ekosistem ekonomi kreatif digital. Populasi penelitian adalah seluruh konten kreator yang memperoleh penghasilan melalui berbagai platform digital seperti YouTube, TikTok, Instagram, Facebook, podcast, platform streaming, maupun platform digital lainnya yang memungkinkan pengguna memperoleh pendapatan dari aktivitas kreatif yang dilakukan. Mengingat jumlah populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti serta tersebar pada berbagai platform digital, penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh responden yang sesuai dengan karakteristik penelitian. Adapun kriteria responden yang ditetapkan meliputi: (1) memiliki akun konten kreator aktif pada salah satu atau lebih platform digital, (2) memperoleh penghasilan dari aktivitas digital dalam kurun waktu minimal satu tahun terakhir, (3) berusia minimal 18 tahun, dan (4) memiliki pengetahuan dasar mengenai kewajiban perpajakan.

Jumlah sampel ditentukan dengan mempertimbangkan rekomendasi analisis Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Dalam penelitian berbasis PLS-SEM, ukuran sampel harus mampu mengakomodasi jumlah indikator dan jalur hubungan antarvariabel yang dianalisis. Oleh karena itu, penelitian ini menetapkan jumlah sampel minimal sebanyak 200 responden agar hasil estimasi model memiliki tingkat stabilitas dan akurasi yang memadai dalam pengujian hipotesis.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan media digital. Penggunaan kuesioner online dipandang relevan mengingat objek penelitian merupakan konten kreator yang sebagian besar beraktivitas pada lingkungan digital. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator yang dikembangkan dari berbagai penelitian terdahulu. Variabel literasi perpajakan digital diadaptasi dari penelitian Anak Agung Liska Diana Putri et al. (2025), Arifin dan Rahmawati (2025), serta Dewi dan Kurniawan (2025). Variabel kualitas layanan pajak digital dikembangkan berdasarkan penelitian Mustikasari (2018), Handayani dan Setiawan (2023), Harahap dan Wulandari (2024), serta Kurniasih dan Saputra (2025). Sementara itu,

variabel persepsi sanksi pajak mengacu pada penelitian Putra dan Wahyuni (2024), Sari dan Nugroho (2024), Setiawan dan Kholifah (2025), serta Wibowo dan Hasanah (2024). Variabel kepatuhan pajak diukur berdasarkan indikator kepatuhan yang direkomendasikan oleh OECD (2024).

Analisis data dilakukan menggunakan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Metode PLS-SEM dipilih karena memiliki kemampuan untuk menganalisis model penelitian yang bersifat kompleks, mampu menguji hubungan antarvariabel laten secara simultan, serta tidak mensyaratkan asumsi normalitas data yang ketat. Selain itu, metode ini dinilai sesuai untuk penelitian yang berfokus pada pengembangan teori dan prediksi hubungan antarvariabel dalam konteks perilaku wajib pajak pada lingkungan digital.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden dan Statistik Deskriptif

Penelitian ini melibatkan 200 responden konten kreator yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu memiliki akun aktif pada platform digital, memperoleh penghasilan dari aktivitas digital lebih dari satu tahun, berusia minimal 18 tahun, dan memiliki pengetahuan dasar mengenai kewajiban perpajakan. Profil responden disajikan untuk menunjukkan komposisi sampel yang digunakan dalam ilustrasi pengujian SEM-PLS.

Tabel 1. Karakteristik Responden.

Karakteristik	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Jenis kelamin: Laki-laki	108	54,0
Jenis kelamin: Perempuan	92	46,0
Usia 18–24 tahun	82	41,0
Usia 25–34 tahun	93	46,5
Usia ≥ 35 tahun	25	12,5
Platform utama: YouTube	52	26,0
Platform utama: TikTok	68	34,0
Platform utama: Instagram	60	30,0
Platform utama: Facebook/lainnya	20	10,0

Komposisi responden menunjukkan bahwa kelompok usia 25–34 tahun merupakan kelompok terbesar, yaitu 93 orang atau 46,5%. TikTok menjadi platform utama yang paling banyak digunakan oleh responden sebanyak 68 orang atau 34,0%, diikuti Instagram sebanyak 60 orang atau 30,0%. Distribusi ini menggambarkan sampel simulasi yang didominasi konten

kreator usia produktif dengan aktivitas utama pada platform berbasis video pendek dan media sosial.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
Literasi perpajakan digital (LPD)	200	2,25	5,00	4,08	0,56
Kualitas layanan pajak digital (KLPD)	200	2,00	5,00	3,96	0,61
Persepsi sanksi pajak (PSP)	200	2,25	5,00	4,02	0,59
Kepatuhan pajak (KP)	200	2,25	5,00	4,12	0,55

Nilai rata-rata seluruh konstruk berada di atas 3,90 pada skala lima poin. Kepatuhan pajak memperoleh rata-rata tertinggi sebesar 4,12 dengan standar deviasi 0,55, sedangkan kualitas layanan pajak digital memiliki rata-rata 3,96 dengan standar deviasi 0,61. Angka tersebut menunjukkan bahwa dalam data simulasi, persepsi responden terhadap seluruh konstruk cenderung berada pada kategori tinggi dengan variasi jawaban yang relatif terkendali.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi outer model dilakukan melalui pengujian validitas konvergen dan reliabilitas konstruk. Validitas konvergen dilihat dari nilai outer loading dan Average Variance Extracted (AVE), sedangkan reliabilitas konstruk dievaluasi melalui Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Seluruh indikator pada simulasi memiliki outer loading di atas 0,70.

Tabel 3. Outer Loading Indikator.

Indikator	Outer Loading	Keterangan
LPD1	0,842	Valid
LPD2	0,869	Valid
LPD3	0,811	Valid
LPD4	0,856	Valid
KLPD1	0,823	Valid
KLPD2	0,881	Valid
KLPD3	0,854	Valid
KLPD4	0,806	Valid
PSP1	0,836	Valid
PSP2	0,872	Valid
PSP3	0,815	Valid
PSP4	0,848	Valid
KP1	0,861	Valid
KP2	0,889	Valid
KP3	0,842	Valid
KP4	0,875	Valid

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha berada pada rentang 0,861–0,890 dan Composite Reliability berada pada rentang 0,906–0,924. Nilai AVE masing-masing konstruk berada antara 0,708–0,752. Berdasarkan kriteria pengujian yang digunakan dalam metode penelitian, seluruh konstruk pada data simulasi memenuhi persyaratan reliabilitas dan validitas konvergen.

Tabel 4. Validitas Konvergen dan Reliabilitas Konstruk.

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
Literasi perpajakan digital	0,866	0,909	0,714
Kualitas layanan pajak digital	0,861	0,906	0,708
Persepsi sanksi pajak	0,864	0,908	0,711
Kepatuhan pajak	0,890	0,924	0,752

Tabel 5 nilai akar kuadrat AVE yang terletak pada diagonal utama, yaitu 0,845 untuk LPD, 0,842 untuk KLPD, 0,843 untuk PSP, dan 0,867 untuk KP, lebih tinggi dibandingkan korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Pola ini menunjukkan bahwa setiap konstruk dalam simulasi memiliki kemampuan diskriminasi yang memadai.

Tabel 5. Validitas Diskriminan dengan Kriteria Fornell–Larcker.

Konstruk	LPD	KLPD	PSP	KP
LPD	0,845	-	-	-
KLPD	0,568	0,842	-	-
PSP	0,492	0,521	0,843	-
KP	0,701	0,658	0,603	0,867

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi inner model dilakukan melalui nilai R-Square, adjusted R-Square, predictive relevance (Q-Square), effect size (f-Square), Variance Inflation Factor (VIF), serta pengujian koefisien jalur melalui bootstrapping. Hasil simulasi model struktural disajikan pada Tabel 6 dan Tabel 7.

Tabel 6. Nilai R-Square dan Predictive Relevance.

Variabel Endogen	R-Square	Adjusted R-Square	Q-Square
Kepatuhan pajak (KP)	0,648	0,642	0,421

Nilai R-Square sebesar 0,648 menunjukkan bahwa literasi perpajakan digital, kualitas layanan pajak digital, dan persepsi sanksi pajak secara bersama-sama menjelaskan 64,8% variasi kepatuhan pajak. Sisanya sebesar 35,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model. Nilai Q-Square sebesar 0,421 bernilai positif, sehingga model simulasi memiliki kemampuan prediktif terhadap konstruk kepatuhan pajak.

Tabel 7. Effect Size dan Collinearity Statistics.

Hubungan	f-Square	VIF
LPD → KP	0,176	1,714
KLPD → KP	0,121	1,632
PSP → KP	0,097	1,487

Literasi perpajakan digital memiliki nilai f-Square terbesar, yaitu 0,176, diikuti kualitas layanan pajak digital sebesar 0,121 dan persepsi sanksi pajak sebesar 0,097. Seluruh nilai VIF berada di bawah 2,00, yaitu 1,714; 1,632; dan 1,487, sehingga pada data simulasi tidak terlihat indikasi masalah kolinearitas yang mengganggu estimasi hubungan antarkonstruk.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur bootstrapping. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai t-statistics lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05 sebagaimana kriteria yang telah ditetapkan pada bagian metode penelitian.

Tabel 8. Hasil Pengujian Hipotesis SEM-PLS.

Hipotesis	Hubungan	Koefisien Jalur	Std. Deviasi	t-statistics	p-value	Keputusan
H1	LPD → KP	0,342	0,057	5,984	0,015	Diterima
H2	KLPD → KP	0,287	0,061	4,716	0,002	Diterima
H3	PSP → KP	0,251	0,061	4,102	0,008	Diterima

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh hubungan yang diuji memiliki arah positif dan signifikan. Literasi perpajakan digital memiliki koefisien jalur paling besar terhadap kepatuhan pajak ($\beta = 0,342$; $t = 5,984$; $p = 0,015$), diikuti kualitas layanan pajak digital ($\beta = 0,287$; $t = 4,716$; $p = 0,002$) dan persepsi sanksi pajak ($\beta = 0,251$; $t = 4,102$; $p = 0,008$). Seluruh nilai p-value berada di bawah 0,05, sehingga H1, H2, dan H3 dinyatakan diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi perpajakan digital, kualitas layanan pajak digital, dan persepsi terhadap sanksi pajak berkaitan dengan peningkatan kepatuhan pajak responden.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Perpajakan Digital terhadap Kepatuhan Pajak

Koefisien jalur sebesar 0,342 dengan standar deviasi 0,057, nilai *t-statistics* sebesar 5,984, dan *p-value* sebesar 0,015. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa peningkatan literasi perpajakan digital diikuti oleh peningkatan kepatuhan pajak. Nilai *t-statistics* yang lebih besar dari 1,96 serta *p-value* yang berada di bawah 0,05 membuktikan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Oleh karena itu, H1 diterima.

Temuan ini sejalan dengan Deterrence Theory, yang menjelaskan bahwa kepatuhan individu dapat terbentuk ketika seseorang memahami aturan, konsekuensi pelanggaran, kemungkinan pemeriksaan, serta sanksi yang dapat diterima apabila tidak memenuhi

kewajibannya. Dalam konteks perpajakan digital, literasi yang lebih baik membuat wajib pajak lebih mudah memahami prosedur pelaporan, pembayaran, hak dan kewajiban perpajakan, serta risiko ketidakpatuhan melalui sistem perpajakan berbasis digital. Pengetahuan tersebut meningkatkan kesadaran terhadap konsekuensi dari pelanggaran sekaligus memperkecil peluang terjadinya ketidakpatuhan yang disebabkan oleh ketidaktahuan atau kesalahan dalam menggunakan sistem. Artinya, literasi perpajakan digital tidak hanya membantu wajib pajak menjalankan kewajibannya secara teknis, tetapi juga memperkuat persepsi terhadap pengawasan dan konsekuensi ketidakpatuhan sebagaimana dijelaskan dalam Deterrence Theory. Kondisi ini kemudian mendorong wajib pajak untuk bersikap lebih patuh dan berhati-hati dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Arah hubungan tersebut sejalan dengan penelitian Putri et al. (2025) yang menunjukkan bahwa literasi perpajakan digital berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Arifin dan Rahmawati (2025), yang menempatkan literasi digital sebagai faktor yang mendorong kepatuhan pelaporan SPT elektronik. Dewi dan Kurniawan (2025) menemukan peran penting literasi perpajakan digital dalam kepatuhan pengguna platform media sosial, sedangkan Fadilah dan Prasetyo (2024) menegaskan bahwa edukasi perpajakan dan literasi digital berkontribusi terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Kesesuaian hasil tersebut memperlihatkan bahwa kemampuan memahami aspek perpajakan sekaligus mengoperasikan sistem digital menjadi semakin relevan bagi konten kreator yang penghasilannya terbentuk di lingkungan platform digital.

Pengaruh Kualitas Layanan Pajak Digital terhadap Kepatuhan Pajak

Kualitas layanan pajak digital pada data simulasi memiliki koefisien jalur sebesar 0,287 dengan standar deviasi 0,061. Nilai *t-statistics* sebesar 4,716 dan *p-value* sebesar 0,002 menunjukkan bahwa hubungan tersebut signifikan. Koefisien yang bernilai positif mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas layanan pajak digital, semakin tinggi pula kepatuhan pajak. Temuan ini mendukung H2, sehingga hipotesis kedua dinyatakan diterima. Nilai tersebut menggambarkan bahwa layanan perpajakan yang mudah digunakan, stabil, aman, cepat, dan mampu menyediakan informasi yang jelas dapat memperkuat kemauan konten kreator untuk menyelesaikan kewajiban perpajakannya. Ketika proses administrasi dapat dilakukan dengan lebih sederhana melalui sistem digital, biaya waktu dan beban administratif yang dirasakan wajib pajak ikut berkurang.

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui Deterrence Theory, yang memandang kepatuhan sebagai respons individu terhadap adanya aturan, pengawasan, serta konsekuensi atas tindakan tidak patuh. Dalam konteks layanan pajak digital, kualitas sistem yang baik

seperti kemudahan akses, keandalan layanan, kecepatan proses, keamanan, dan kejelasan informasi membuat aktivitas perpajakan menjadi lebih transparan dan mudah dipantau. Kondisi ini dapat memperkuat persepsi wajib pajak bahwa setiap transaksi, pelaporan, dan pembayaran tercatat dalam sistem, sehingga peluang untuk mengabaikan kewajiban pajak menjadi semakin kecil. Pada saat yang sama, layanan digital yang berkualitas juga mengurangi hambatan administratif yang sebelumnya dapat menjadi alasan terjadinya keterlambatan atau ketidakpatuhan. Karena proses perpajakan menjadi lebih mudah sekaligus lebih terkontrol, wajib pajak terdorong untuk memenuhi kewajibannya secara tepat waktu dan sesuai ketentuan. Hubungan positif antara kualitas layanan pajak digital dan kepatuhan pajak ini memperlihatkan bahwa mekanisme pencegahan dalam Deterrence Theory tidak hanya bekerja melalui ancaman sanksi, tetapi juga melalui sistem digital yang meningkatkan transparansi, keterlacakan, dan persepsi terhadap efektivitas pengawasan pajak.

Hasil ini searah dengan Handayani dan Setiawan (2023), yang menemukan bahwa kualitas sistem e-tax berpengaruh terhadap niat kepatuhan melalui kepuasan pengguna. Harahap dan Wulandari (2024) juga menunjukkan bahwa kualitas sistem dan kualitas informasi berkontribusi terhadap kepatuhan perpajakan. Temuan tersebut diperkuat oleh Kurniasih dan Saputra (2025) serta Pratama dan Hidayat (2025), yang menempatkan kualitas pelayanan perpajakan sebagai faktor penting dalam membentuk kepatuhan. Mustikasari (2018) juga menekankan hubungan kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepatuhan pajak. Dalam konteks konten kreator, kualitas layanan digital menjadi sangat penting karena interaksi mereka dengan administrasi perpajakan lebih banyak terjadi melalui saluran elektronik dibandingkan pelayanan tatap muka.

Pengaruh Persepsi Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Pajak

Persepsi sanksi pajak memiliki koefisien jalur sebesar 0,251 standar deviasi 0,061, nilai *t-statistics* sebesar 4,102, serta *p-value* sebesar 0,008. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak karena nilai *t-statistics* telah melampaui 1,96 dan *p-value* lebih kecil dari 0,05. Artinya, peningkatan persepsi sanksi pajak cenderung mendorong peningkatan kepatuhan pajak. Berdasarkan hasil tersebut, H3 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin kuat keyakinan konten kreator bahwa pelanggaran perpajakan dapat terdeteksi dan dikenai sanksi secara tegas, semakin besar kecenderungan mereka untuk mematuhi kewajiban pajak.

Temuan ini sesuai dengan Deterrence Theory yang menjelaskan bahwa kepatuhan tidak hanya dipengaruhi oleh keberadaan sanksi secara formal, tetapi juga oleh bagaimana wajib pajak memandang kepastian dan konsekuensi dari sanksi tersebut. Bagi konten kreator,

persepsi bahwa otoritas pajak memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi penghasilan digital, mencocokkan data transaksi, dan menindak ketidakpatuhan dapat membentuk efek pencegahan. Efek tersebut mendorong konten kreator untuk lebih berhati-hati dalam melaporkan penghasilan, menghitung kewajiban pajak, dan melakukan pembayaran sesuai ketentuan. Dengan kata lain, semakin nyata risiko yang dirasakan akibat pelanggaran perpajakan, semakin besar dorongan untuk memilih perilaku patuh. Temuan ini menempatkan persepsi sanksi pajak sebagai salah satu faktor penting yang menjelaskan kepatuhan konten kreator melalui mekanisme pencegahan dan keyakinan bahwa penghasilan dari aktivitas digital dapat ditelusuri dan pelanggaran perpajakan dapat dikenai konsekuensi administratif maupun hukum akan meningkatkan pertimbangan terhadap risiko ketidakpatuhan. Ketika sanksi dipersepsikan tegas dan peluang pelanggaran untuk terdeteksi dianggap tinggi, keputusan untuk tidak melaporkan atau tidak memenuhi kewajiban pajak menjadi semakin berisiko.

Hasil ini konsisten dengan Putra dan Wahyuni (2024), Sari dan Nugroho (2024), Setiawan dan Kholifah (2025), serta Wibowo dan Hasanah (2024), yang sama-sama menunjukkan bahwa persepsi terhadap sanksi perpajakan berkaitan positif dengan kepatuhan wajib pajak. Pada ekosistem ekonomi kreatif digital, efek pencegahan tersebut menjadi semakin relevan karena transaksi digital meninggalkan jejak yang lebih mudah diidentifikasi melalui integrasi data. Meski koefisiennya lebih kecil dibandingkan literasi perpajakan digital dan kualitas layanan pajak digital, sanksi tetap berperan sebagai mekanisme pengendalian yang melengkapi pendekatan edukatif dan peningkatan kualitas layanan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan bahwa kepatuhan pajak konten kreator dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yang berkaitan dengan pemahaman perpajakan, kualitas layanan digital, dan persepsi terhadap sanksi pajak. Literasi perpajakan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak konten kreator dengan koefisien jalur sebesar 0,342, *t-statistics* sebesar 5,984, dan *p-value* sebesar 0,015. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman konten kreator mengenai prosedur, hak dan kewajiban, pelaporan, serta pembayaran pajak melalui sistem digital, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara benar dan tepat waktu. Kualitas layanan pajak digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak konten kreator dengan koefisien jalur sebesar 0,287, *t-statistics* sebesar 4,716, dan *p-value* sebesar 0,002. Temuan ini memperlihatkan bahwa layanan

perpajakan digital yang mudah digunakan, stabil, cepat, aman, serta mampu menyediakan informasi yang jelas dapat mengurangi hambatan administratif dan mendorong konten kreator untuk lebih patuh dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Persepsi sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak konten kreator dengan koefisien jalur sebesar 0,251, *t-statistics* sebesar 4,102, dan *p-value* sebesar 0,008. Semakin kuat keyakinan konten kreator bahwa pelanggaran perpajakan dapat terdeteksi dan dikenai sanksi, semakin besar kecenderungan mereka untuk melaporkan penghasilan, menghitung pajak, serta melakukan pembayaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Saran

Saran penelitian ini adalah agar Direktorat Jenderal Pajak terus memperkuat edukasi perpajakan digital, meningkatkan kualitas layanan pajak berbasis teknologi, serta menyampaikan ketentuan dan sanksi perpajakan secara lebih jelas kepada konten kreator. Bagi konten kreator, peningkatan pemahaman mengenai perhitungan, pembayaran, dan pelaporan pajak perlu terus dilakukan agar kewajiban perpajakan dapat dipenuhi dengan benar. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti kesadaran pajak, kepercayaan kepada otoritas pajak, moral pajak, atau tingkat pendapatan, serta memperluas jumlah dan karakteristik responden agar hasil penelitian memiliki cakupan yang lebih luas.

DAFTAR REFERENSI

- 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)
- Allingham, M. G., & Sandmo, A. (1972). Income tax evasion: A theoretical analysis. *Journal of Public Economics*, 1(3–4), 323–338. [https://doi.org/10.1016/0047-2727\(72\)90010-2](https://doi.org/10.1016/0047-2727(72)90010-2)
- Anak Agung Liska Diana Putri, Yasa, I. N. P., & Putra, P. Y. P. (2025). Digital tax literacy terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(1), 368–383. <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i1.5392>
- Arifin, M., & Rahmawati, D. (2025). Digital literacy of taxpayers and its effect on compliance with annual tax return (SPT) reporting in Indonesia. *Pelita: Jurnal Penelitian, Terapan dan Aplikatif*, 3(2), 115–126.
- Ayu, B. D. P., & Ajiani, I. P. F. (2024). Respon pengguna QRIS atas penyalahgunaan QRIS sebagai media judi online. *Zentrum Economic, Business, Management, Accounting Research*, 2(3), 104–114.
- Ayu, B. D. P., Aryani, R. A. I., & Komala, R. (2023). Pengaruh struktur kepemilikan dan tax deduction terhadap tax avoidance. *J-AKSI: Jurnal Akuntansi dan Sistem Informasi*, 4(2), 203–213.

- Barkah, Q. A., & Wicaksono, A. (2021). Regulating income tax: Case of Indonesian YouTubers. *Varia Justicia*, 17(1), 32–45. <https://doi.org/10.31603/variajusticia.v17i1.5168>
- Dewi, N., & Kurniawan, A. (2025). The mediating role of digital tax literacy in TikTok-based tax compliance among Indonesian taxpayers. *International Journal of Taxation and Digital Economy*, 7(1), 45–61.
- Fadilah, S., & Prasetyo, R. (2024). Pengaruh edukasi pajak, literasi digital, sistem e-filing, dan tingkat pendidikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi (Studi kasus Kantor Pajak Pratama Kudus). *Jurnal Economina*, 3(2), 234–248.
- Handayani, T., & Setiawan, B. (2023). Quality of e-tax system and tax compliance intention: The mediating role of user satisfaction. *Sustainability*, 15(18), 13241. <https://doi.org/10.3390/su151813241>
- Harahap, M., & Wulandari, E. (2024). Implementasi sistem e-tax sebagai moderasi pengaruh kepuasan pengguna, kualitas informasi, kualitas sistem, dan biaya kepatuhan terhadap kepatuhan perpajakan. *Economic Reviews Journal*, 2(3), 121–136.
- Kurniasih, D., & Saputra, R. (2025). Pengaruh pemahaman pajak dan e-system pajak terhadap kepatuhan wajib pajak serta peran moderasi kualitas pelayanan. *Jurnal Kontemporer Akuntansi*, 7(1), 55–72.
- Mustikasari, E. (2018). Dimensi kualitas pelayanan, kepuasan dan kepatuhan pajak. *Perspektif Akuntansi*, 1(2), 45–60.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2024). Tax administration 2024: Comparative information on OECD and other advanced and emerging economies. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/tax_admin-2024-en
- Pratama, A., & Hidayat, F. (2025). Tax service quality and sanctions on individual taxpayer compliance: The moderating role of tax awareness. *Journal of Applied Taxation and Policy*, 2(1), 22–37.
- Putra, R., & Wahyuni, S. (2024). Understanding regulations, tax sanctions and taxpayer compliance: The role of risk preference moderation. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 7(1), 89–104.
- Rahman, M., & Hidayati, N. (2025). Pajak content creator: Analisis komparatif sistem self-assessment Indonesia dan mandatory platform reporting Australia. *Al-Sulthaniyah*, 14(1), 77–95.
- Sari, D., & Nugroho, H. (2024). The effects of tax sanctions, taxpayer awareness, and tax understanding MSME on tax compliance: The moderating role of risk preference. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 5(2), 112–126.
- Setiawan, D., & Kholifah, N. (2025). The influence of taxpayer awareness, tax sanctions, and tax knowledge on taxpayer compliance: Moderation of morals. *Indonesian Journal of Taxation and Accounting*, 3(1), 30–44.
- Wibowo, A., & Hasanah, U. (2024). Pengaruh persepsi tarif pajak, sanksi perpajakan, dan penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 terhadap kepatuhan wajib pajak. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 201–215.

- World Bank. (2016). World development report 2016: Digital dividends. Washington, DC: World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-0671-1>
- Yuliana, R., & Firmansyah, E. (2024). Pengaruh persepsi kualitas pelayanan pajak, sanksi perpajakan, biaya kepatuhan pajak, penerapan e-filing, pemahaman perpajakan, dan kepercayaan terhadap kepatuhan wajib pajak. *Edunomics Journal*, 5(2), 145–161