

LITERASI DAN KESADARAN PAJAK *INFLUENCER*

Shely Safitri¹⁾, Susilawati¹⁾

^{1,2} Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia

email: shely10222037@digitechuniversity.ac.id, susilawati@digitechuniversity.ac.id

Abstract

The development of digital technology and social media has encouraged the emergence of the influencer profession as a player in the digital economy in Indonesia. Economic activities carried out by influencers through promotional collaborations, endorsements, and various forms of digital marketing demonstrate significant potential for tax revenue. However, the level of tax awareness among this group still needs to be improved. This study aims to analyze the effect of tax literacy on tax awareness among micro influencers in Indonesia. The study used a quantitative method with an associative approach. Data were obtained by distributing questionnaires to micro influencers domiciled in Indonesia and analyzed using IBM SPSS version 23 software. The results indicate that tax literacy influences tax awareness among micro influencers. These findings indicate that a better understanding of taxation leads to a higher level of awareness in fulfilling their tax obligations. Therefore, improving tax literacy is a crucial factor in supporting increased tax awareness in the digital economy sector.

Keywords: Tax Literacy, Tax Awareness, Influencer

1. PENDAHULUAN

Kepatuhan terhadap pajak pada dasarnya dipengaruhi oleh tingkat kesadaran yang dimiliki oleh wajib pajak. Kesadaran menjadi wajib pajak ialah unsur fundamental yang mendorong individu untuk memahami, menerima, juga melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai pada aturan yang berlaku. Tanpa adanya kesadaran, wajib pajak cenderung bersikap pasif atau bahkan dapat mengabaikan kewajiban perpajakannya, sehingga efektivitas sistem perpajakan akan sulit tercapai (Hama 2021). Direktorat Jenderal Pajak (DJP) melaporkan bahwa persentase kepatuhan SPT mencapai 83,2% pada tahun 2022 dengan 15,8 juta SPT yang dilaporkan dari seluruh 19 juta wajib pajak. Melihat tren enam tahun yang lalu,

taraf kepatuhannya SPT di tahun 2017 adalah 72,58% (Databoks 2023). Walaupun terjadi peningkatan pada capaian tersebut, tingkat kepatuhan perpajakan belum dapat dikategorikan optimal. Masih adanya wajib pajak yang tidak sepenuhnya melaksanakan kewajiban pajak berlandaskan dengan ketentuan yang berjalan memperlihatkan bahwasanya taraf kepatuhan tidak sepenuhnya optimal.

Salah satu penyebab utama dari rendahnya tingkat kesadaran pajak adalah minimnya literasi pajak yang dimiliki wajib pajak, meliputi kemampuan individu dalam memahami fungsi perpajakan, sistem administrasi perpajakan, serta hak serta kewajiban yang berkaitan pada wajib pajak. Ketika literasi pajak tidak memadai, para wajib pajak kurang mengerti tentang sistem

perpajakan dan tanggung jawab yang mereka miliki. Tanpa literasi pajak yang memadai, wajib pajak cenderung tidak menyadari krusialnya pajak bagi negara maupun implikasinya bagi diri mereka sendiri. Hal ini dapat menyebabkan rendahnya kesadaran dalam menjalankan kewajiban perpajakan. Kondisi tersebut pada akhirnya menghambat terbentuknya sikap sukarela dalam memenuhi kewajiban pajak, karena para wajib pajak tidak merasakan memiliki urgensi maupun tanggung jawab untuk berpartisipasi dalam mendukung penerimaan negara (Erdi et al., 2023).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan adanya pengaruh literasi pajak terhadap kesadaran pajak. Temuan tersebut didukung oleh penelitian pada pelaku UMKM (Ristanto et al., 2024), kelompok mahasiswa ekonomi Herawati et al. (2022), dan generasi milenial Alexander (2022a). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa literasi berperan sebagai faktor utama yang berkontribusi dalam meningkatkan tingkat kesadaran pajak. Namun, penelitian mengenai literasi pajak pada *influencer* di Indonesia masih sangat terbatas. Perkembangan teknologi digital turut mendorong perubahan dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Berdasarkan laporan Julius (2025) jumlah total pemakai Instagram di Indonesia meraih 99,7 juta pemakai pada Oktober 2025, sehingga menunjukkan besarnya potensi ekonomi digital di Indonesia.

Fenomena tersebut juga memunculkan profesi baru berupa *influencer* atau *content creator* yang memanfaatkan *platform* digital untuk memperoleh penghasilan melalui berbagai bentuk kerja sama promosi, *endorsement*, maupun kampanye pemasaran digital. *Influencer* memiliki peran dalam membentuk preferensi dan

keputusan konsumsi audiens melalui konten yang mereka hasilkan. Sehingga banyak perusahaan memanfaatkan jasa mereka sebagai bagian dari strategi pemasaran. Besarnya jumlah pengguna media sosial di Indonesia juga menunjukkan potensi ekonomi digital yang sangat besar, termasuk potensi penerimaan pajak dari aktivitas ekonomi yang dihasilkan oleh para *influencer*.

Namun demikian, realisasi penerimaan pajak dari sektor ini masih relatif kecil. Berdasarkan data dari Kontan.co.id (2025) pada tahun 2017 penerimaan pajak dari 51 *influencer* media sosial hanya mencapai sekitar Rp 27 miliar. Angka tersebut dinilai masih relatif kecil apabila dibandingkan dengan besarnya aktivitas ekonomi digital dan jumlah pengguna media sosial di Indonesia, sehingga menunjukkan bahwa potensi penerimaan pajak dari sektor *influencer* masih belum optimal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi optimalisasi penerimaan pajak dari sektor ekonomi digital, salah satunya adalah tingkat literasi pajak yang dimiliki oleh para pelaku ekonomi digital.

Rendahnya literasi pajak dapat menimbulkan kesenjangan pemahaman mengenai perpajakan. Permasalahan ini berasal dari kurangnya pemahaman sehingga menyebabkan wajib pajak tidak memahami hak dan kewajiban perpajakan secara utuh. Selain itu, literasi pajak juga terbukti berkontribusi terhadap peningkatan penerimaan negara, sehingga menunjukkan bahwa literasi tidak hanya berpengaruh terhadap kesadaran, tetapi juga berdampak langsung pada kontribusi fiskal (Jadidah 2025). Oleh karena itu, peningkatan literasi pajak, khususnya bagi kelompok *influencer* sebagai bagian dari ekosistem

ekonomi digital, menjadi urgensi strategis untuk memperkuat kesadaran, mendorong kepatuhan sukarela, dan memperluas basis pajak nasional (Syailendra 2023).

Berdasarkan kondisi tersebut, penting untuk meneliti kelompok yang memiliki aktivitas ekonomi digital, salah satunya adalah *influencer* media sosial Instagram di Indonesia. *Influencer* dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki intensitas aktivitas *endorsement* dan kerja sama berbayar, serta sebagian besar masih mengelola aktivitasnya secara mandiri tanpa pendampingan profesional. Kondisi ini berpotensi menimbulkan kesenjangan pemahaman terhadap kewajiban perpajakan, terutama bagi *influencer* yang berada pada skala mikro. Selain itu, kelompok ini juga belum banyak menjadi fokus penelitian dalam konteks perpajakan, padahal *influencer* memiliki potensi yang besar untuk menjadi wajib pajak seiring dengan meningkatnya penghasilan yang diperoleh dari aktivitas ekonomi digital. Berlandaskan papara tersebut, riset mempunyai tujuan guna mengkaji dampak literasi pajak atas kesadaran pajak pada *influencer* di Indonesia. Pengembangan ilmu di bidang perpajakan diharapkan memperoleh tambahan referensi melalui hasil penelitian ini, khususnya yang berkaitan dengan sektor ekonomi digital, yang hingga saat ini masih belum banyak memperoleh perhatian dalam penelitian akademik.

Dalam menjelaskan keterkaitan antara literasi pajak serta kesadaran pajak, riset ini memakai landasan teoretis yang disempurnakan oleh (Ajzen 1991). *Theory of Planned Behavior* (TPB) Menurut teori tersebut, perilaku seseorang merupakan konsekuensi dari tiga determinan utama, sehingga tidak terjadi secara tiba-tiba. Determinan

pertama adalah sikap atas perilaku (*attitude toward behavior*), yaitu faktor yang menunjukkan proses penilaian individu memandang, menilai, dan mengevaluasi suatu tindakan sebelum perilaku tersebut diwujudkan. Selain sikap terhadap perilaku, berikutnya ada norma subjektif (*subjective norm*), yang memaparkan bagaimana individu memersepsikan dugaan, dukungan, atau tuntutan sosial dari beragam pihak yang memiliki arti penting dalam lingkungan sosialnya. Selanjutnya, persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) memaparkan taraf keyakinan individu terkait kesanggupan yang dikuasainya guna melaksanakan perilaku atau tindakan tertentu. Ketiga faktor tersebut memengaruhi terbentuknya niat seseorang yang selanjutnya akan menentukan perilaku yang ditunjukkan, termasuk dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan. (Harefa, Fuadah, and Yusraini 2025).

Literasi pajak diartikan sebagai kesanggupan individu untuk menelaah keterangan perpajakan serta memanfaatkan pemahaman tersebut dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan kewajiban perpajakan selaras dengan peraturan yang berjalan (Kusumadewi et al., 2022). Konsep literasi pajak tidak hanya mencakup aspek pengetahuan, tetapi juga meliputi keterampilan serta keyakinan individu dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya secara bertanggung jawab (Utami 2021). Tingkat pemahaman pajak yang memadai dapat membentuk persepsi, sikap, dan perilaku perpajakan yang lebih positif, sehingga berpotensi meningkatkan kesadaran perpajakan (O. Feriyanto 2024).

Kesadaran pajak diartikan sebagai kesediaan seseorang untuk mengetahui, menerima, serta melaksanakan

kewajiban perpajakan atas dasar kemauan sendiri sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku (Manjaleni et al. 2025). Tingkat kesadaran tersebut tidak terlepas dari sejumlah faktor, antara lain pemahaman perpajakan, persepsi terhadap sistem perpajakan, tingkat kepercayaan kepada pemerintah, serta keyakinan mengenai pentingnya pajak bagi pembangunan nasional (Fauzi Arafat 2025). Menurut O. Feriyanto (2020), Widiastuti (2023), dan Yadewani (2024) Indikasi adanya kesadaran pajak dapat diamati melalui kesediaan wajib pajak melaksanakan kewajiban perpajakannya karena kesadaran sendiri, bukan sebagai akibat dari adanya paksaan, tekanan sosial, ataupun ancaman pemberian sanksi. Lebih lanjut, Aceng Kurniawan (2022) menyatakan bahwa peningkatan kesadaran wajib pajak dapat menjadi faktor yang mendorong terwujudnya perilaku perpajakan yang lebih positif dan bertanggung jawab.

Berdasarkan hasil kajian terhadap teori yang mendasari penelitian dan temuan empiris dari riset sebelumnya, hipotesis riset ini dirumuskan sebagai berikut.

H0: Literasi pajak tidak berpengaruh terhadap kesadaran pajak pada *influencer*.

H1: Literasi pajak berpengaruh terhadap kesadaran pajak pada *influencer*.

2. METODE

Metode dan pendekatan ada penelitian ini ialah menggunakan kuantitatif dengan rencana riset asosiatif guna menelaah keterkaitan antara literasi pajak dan kesadaran pajak pada *influencer* di Indonesia. Populasi penelitian terdiri atas *influencer* yang berdomisili di Indonesia. Sampel penelitian berjumlah 100 *influencer* yang

penetapan sampel pada riset ini dijalankan memakai teknik *purposive sampling*, sehingga hanya responden yang memenuhi kriteria tertentu yang dipilih. Kriteria tersebut mencakup *influencer* yang sudah menampilkan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan memperoleh pendapatan dari kegiatan ekonomi digital. Kuesioner berskala *Likert* digunakan sebagai instrumen untuk memperoleh data primer. Selanjutnya, data tersebut diolah dan dikaji memakai IBM SPSS versi 23 lewat pengujian validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, serta uji *t*. Riset ini melibatkan satu variabel bebas, yakni literasi pajak, dan satu variabel terikat, yaitu kesadaran pajak. Pengukuran variabel dilakukan penyusunan indikator pada riset ini berlandaskan pada hasil adaptasi dari berbagai riset sebelumnya yang sesuai dan berkaitan dengan fokus kajian.

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item
Literasi Pajak (X)	Memahami fungsi pajak	X1-X10
	Memahami prosedur untuk memperoleh NPWP	
	Memahami cara menghitung pajak penghasilan yang terutang	
	Memahami cara menghitung angsuran pajak	
	Memahami prosedur untuk membayar pajak	
	Memahami batas waktu	

	pembayaran pajak	
	Memahami prosedur mengisi Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT)	
	Memahami cara mengajukan SPT	
	Memahami batas waktu pengiriman SPT	
	Memahami sanksi pajak (Herawati et al. 2022)	
Kesadaran Pajak (Y)	Mengetahui undang-undang dan peraturan perpajakan	Y1-Y4
	Mengetahui apa fungsi pajak pada pembiayaan negara	
	Memahami akan kewajiban pajak harus terlaksana berkaca dengan ketentuan yang berlaku	
	Menghitung, membayar, juga melaporkan pajak dengan benar dan sukarela (Romansi Lumban Gaol 2022)	

Sumber: (Herawati et al. 2022; Romansi Lumban Gaol 2022)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN Statistik Deskriptif Literasi Pajak

Tabel 2. Rekapitulasi Indikator
Variabel Literasi Pajak

No	Indikator	Total Skor	Kategori
1	Memahami fungsi pajak	390	Baik
2	Memahami prosedur untuk memperoleh NPWP	420	Baik
3	Memahami cara menghitung pajak penghasilan yang terutang	340	Sedang
4	Memahami cara menghitung angsuran pajak	331	Sedang
5	Memahami prosedur untuk membayar pajak	336	Sedang
6	Memahami batas waktu pembayaran pajak	372	Baik
7	Memahami prosedur mengisi Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT)	338	Sedang
8	Memahami cara mengajukan SPT	347	Baik
9	Memahami batas waktu pengiriman SPT	350	Baik
10	Memahami sanksi pajak	362	Baik

Sumber: Diolah Penulis (2026)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, mayoritas indikator literasi pajak berada pada kategori baik, sedangkan beberapa indikator lainnya berada pada kategori sedang. Indikator dengan total skor tertinggi terdapat pada indikator “Memahami prosedur untuk

memperoleh NPWP” dengan skor sebesar 420 indikator tersebut memperoleh kategori baik. Sebaliknya, indikator “Memahami cara menghitung angsuran pajak” dengan total skor sebesar 331, namun masih berada pada kategori sedang. Secara keseluruhan, hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat literasi pajak responden tergolong baik.

Statistik Deskriptif Kesadaran Pajak

Tabel 3. Rekapitulasi Indikator Variabel Kesadaran Pajak

No	Indikator	Total Skor	Kategori
1	Mengetahui undang-undang dan peraturan perpajakan	381	Baik
2	Mengetahui apa fungsi pajak pada pembiayaan negara	390	Baik
3	Memahami akan kewajiban pajak harus terlaksana berkaca dengan ketentuan yang berlaku	415	Baik
4	Menghitung, membayar, juga melaporkan pajak dengan benar dan sukarela	398	Baik

Sumber: Diolah Penulis (2026)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, seluruh indikator kesadaran

pajak berada pada kategori baik. Indikator dengan total skor tertinggi terdapat pada indikator “Memahami bahwa kewajiban pajak harus dilakukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku” dengan total skor sebesar 415. Sementara itu, indikator dengan total skor terendah terdapat pada indikator “Mengetahui adanya undang-undang dan peraturan perpajakan” dengan total skor sebesar 381, namun masih berada pada kategori baik. Secara keseluruhan, hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat kesadaran pajak responden tergolong baik.

Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,163	1,079		4,786	,000
	Literasi Pajak	,291	,033	,664	8,782	,000

a. Dependent Variable: Kesadaran Pajak

a. Dependent Variable: Kesadaran Pajak

Gambar 1. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Sumber: Output IBM SPSS 23, Diolah Penulis (2026)

Analisis regresi linear sederhana menghasilkan temuan bahwa literasi pajak berdampak secara positif atas kesadaran pajak pada *influencer*. Persamaan regresi memperlihatkan bahwa koefisien regresi literasi pajak berangka positif senilai 0,291. Hubungan positif antara literasi pajak dengan kesadaran pajak tercermin dari nilai koefisien regresi yang bernilai positif. Artinya, setiap peningkatan pemahaman individu mengenai aspek perpajakan, seperti fungsi pajak, prosedur administrasi perpajakan, serta hak dan kewajiban perpajakan, akan diikuti dengan peningkatan kesadaran dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa

terbentuknya perilaku kepatuhan tidak terlepas dari pengetahuan perpajakan yang dimiliki *influencer* sebagai pelaku ekonomi digital.

Uji Koefisien Korelasi

Correlations			
		Literasi Pajak	Kesadaran Pajak
Literasi Pajak	Pearson Correlation	1	,664**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Kesadaran Pajak	Pearson Correlation	,664**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Gambar 2. Hasil Uji Koefisien Korelasi

Sumber: Output IBM SPSS 23, Diolah Penulis (2026)

Berlandaskan hasil analisis koefisien korelasi menunjukkan bahwa nilai *Pearson Correlation* antara literasi pajak dan kesadaran pajak sebesar 0,664. Hasil pengujian mendapatkan angka signifikansi senilai 0,000, yang menunjukkan bahwa kedua variabel mempunyai keterkaitan positif serta signifikan antara literasi pajak dan kesadaran pajak. Selain itu, nilai koefisien korelasi 0,664 menunjukkan bahwa keterkaitan kedua variabel terletak pada kategori kuat. Kekuatan hubungan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan literasi pajak cenderung diikuti oleh peningkatan kesadaran pajak pada responden penelitian. Dengan demikian, literasi pajak dapat dipandang sebagai salah satu faktor yang menunjukkan kontribusi krusial ketika membentuk kesadaran perpajakan, khususnya pada kelompok *influencer*

yang memperoleh penghasilan dari aktivitas ekonomi digital.

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,664 ^a	,440	,435	2,31440

a. Predictors: (Constant), Literasi Pajak
b. Dependent Variable: Kesadaran Pajak

Gambar 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Sumber: Output IBM SPSS 23, Diolah Penulis (2026)

Hasil pengujian koefisien determinasi memperlihatkan bahwa angka *R Square* yang didapatkan senilai 0,440 atau setara dengan 44%. Nilai koefisien determinasi sebesar 44% mengindikasikan bahwa literasi pajak memiliki kontribusi yang cukup besar ketika meningkatkan kesadaran pajak. Namun, pengaruh tersebut tidak sepenuhnya menjelaskan perubahan tingkat kesadaran pajak secara keseluruhan. Sebesar 56% variasi kesadaran pajak dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji pada riset ini, antara lain moral pajak, penerapan sanksi perpajakan, tingkat pendapatan, kualitas pelayanan yang diberikan fiskus, serta intensitas pelaksanaan sosialisasi perpajakan.

Pengaruh Literasi Pajak terhadap Kesadaran Pajak Pada *Influencer* Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5,163	1,079		4,786
	Literasi Pajak	,291	,033	,664	8,782

a. Dependent Variable: Kesadaran Pajak

Gambar 4. Hasil Uji T

Sumber: Output IBM SPSS 23, Diolah Penulis (2026)

Berlandaskan pengujian hipotesis memakai uji *t*, didapatkan angka *t* hitung senikai 8,782 dengan angka signifikansi swnilai 0,000. Karena angka signifikansi dibawah dari 0,05 serta angka *t* hitung melampaui nilai *t* tabel sebesar 1,984, bisa dikatakan bahwa literasi pajak berdampak secara positif serta signifikan terhadap kesadaran pajak pada *influencer*. Dengan demikian, hipotesis penelitian dinyatakan terbukti atau dapat diterima.

Temuan penelitian ini konsisten dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh (Ajzen 1991). Teori tersebut menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu *attitude toward behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Dalam penelitian ini, literasi pajak berperan dalam membentuk pemahaman, persepsi, dan keyakinan *influencer* atas kewajiban perpajakan, sehingga dapat mendorong terbentuknya kesadaran untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Herawati et al. (2022) yang menunjukkan bahwa literasi pajak berpengaruh positif terhadap kesadaran pajak. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemahaman perpajakan merupakan faktor penting dalam membentuk kesadaran wajib pajak. Hasil penelitian ini juga memperkuat temuan

Ristanto et al. (2024) dan Alexander (2022) yang menyatakan bahwa peningkatan literasi pajak dapat mendorong terbentuknya kesadaran perpajakan pada berbagai kelompok wajib pajak.

4. KESIMPULAN

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa pemahaman perpajakan yang dimiliki *influencer* menjadi salah satu faktor yang mendukung terbentuknya kesadaran dalam menjalankan kewajiban perpajakan. Peningkatan tingkat literasi pajak cenderung diikuti oleh meningkatnya kesadaran *influencer* untuk memenuhi kewajiban tersebut. Mayoritas responden dalam penelitian ini menunjukkan pemahaman yang memadai mengenai fungsi pajak, kewajiban memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), mekanisme pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT), ketentuan batas waktu perpajakan, serta sanksi yang dikenakan apabila terjadi pelanggaran terhadap peraturan perpajakan. Namun demikian, masih terdapat keterbatasan pemahaman pada aspek teknis perpajakan, terutama terkait perhitungan pajak, angsuran pajak, dan prosedur perpajakan. Oleh karena itu, edukasi perpajakan bagi *influencer* sebagai pelaku ekonomi digital perlu terus ditingkatkan guna mendukung pelaksanaan kewajiban perpajakan secara lebih optimal.

Berdasarkan hasil penelitian, sebagai upaya meningkatkan kepatuhan perpajakan, Direktorat Jenderal Pajak diharapkan menyelenggarakan edukasi dan sosialisasi yang dirancang secara khusus untuk pelaku ekonomi digital, terutama *influencer*. Program tersebut sebaiknya menitikberatkan pada pemahaman teknis mengenai mekanisme perhitungan, pembayaran, dan pelaporan

kewajiban perpajakan. Edukasi dapat dilakukan melalui media digital maupun kolaborasi dengan *influencer* agar informasi perpajakan lebih mudah dipahami dan menjangkau masyarakat yang lebih luas. Selain itu, *influencer* diharapkan dapat meningkatkan pemahaman perpajakan melalui berbagai sumber informasi dan program edukasi resmi. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kesadaran pajak, mengingat literasi pajak dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan variasi kesadaran pajak sebesar 44%.

5. REFERENSI

- Aceng Kurniawan, Wanda Choirunisa. 2022. "Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di KPP Pratama Bandung Cicadas." Pp. 174–88 in.
- Ajzen. 1991. "Social Cognitive Theory of Self-Regulation." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50(2):248–87. doi:10.1016/0749-5978(91)90022-L.
- Alexander. 2022. "Improving Tax Literacy and Tax Ethics Among Young People."
- Bornman, Marina, and Marianne Wassermann. 2020. "Tax Knowledge for the Digital Economy." *Journal of Economic and Financial Sciences* 13(1):1–11. doi:10.4102/jef.v13i1.461.
- Databoks. 2023. "Ini Rasio Kepatuhan Pelaporan SPT Pajak 2022, DJP Klaim Kenaikan Pada 2023." *Databoks.Katadata.Co.Id* 2021–22.
- Erdi, Tio Waskito, and Ratna Puji Astuti. 2023. "Literasi Perpajakan, Kesadaran Perpajakan, Dan Kepatuhan Pajak Kendaraan Bermotor Dengan Financial Technology Sebagai Mediator." *E-Jurnal Akuntansi* 33(10):2686–99. doi:10.24843/eja.2023.v33.i10.p11.
- Fauzi Arafat, Serli Marselina. 2025. "Studi Fenomenologi Kesadaran Pajak Penghasilan Di Kalangan Pegawai PT Anatex." *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi* (22 No. 2 Bulan Tahun 2025):130–42.
- Hama, Aloisius. 2021. "The Effect of Taxpayer Awareness, Knowledge of Tax Regulations, and Tax Education on Tax Payment Compliance With E-Commerce Transactions." *Ascarya: Journal of Islamic Science, Culture and Social Studies* 1(2):173–85. doi:10.53754/iscs.v1i2.87.
- Harefa, Tulus, Luk Luk Fuadah, and Yusnaini. 2025. "Kepatuhan Pajak Berbasis Theory of Planned Behaviour (TPB): A Systematic Literature Review (SLR)." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 6(4):2727–44. doi:10.38035/jmpis.v6i4.5070.
- Herawati, Nyoman Trisna, I. Nyoman Putra Yasa, Ni Nyoman Resmi, and Ni Luh Gede Yastini. 2022. "The Role of Tax Literacy on Economics Undergraduated Students' Tax Awareness." *Jurnal Ilmiah Akuntansi* 7(1):111–27. doi:10.23887/jia.v7i1.44067.
- Jadidah, Wanti Nur. 2025. "Pengaruh Kenaikan Tarif Ppn, Literasi Pajak, Dan Literasi Keuangan Terhadap

- Potensi Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai.” 71–78.
- Julius, Niko. 2025. “Data Jumlah Pengguna Instagram Di Indonesia 2025.” <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia/>.
- Kontan.co.id. 2025. *Potensi Pajak Influencer Dan Content Creator Besar , Tapi Belum Digarap Maksimal*.
- Kusumadewi, Dwi Rahmawati, and Dyarini Dyarini. 2022. “Pengaruh Literasi Pajak, Modernisasi Sistem Administrasi, Insentif Pajak Dan Moral Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 10(2):171. doi:10.29103/jak.v10i2.7182.
- Manjaleni, Rola, Program Studi Akuntansi, Universitas Teknologi Digital, and Corresponding Author. 2025. “Pengaruh Administrasi Pajak Digital , Kualitas Pelayanan Fiskus , Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.” 18(2):578–87.
- O. Feriyanto, Mira Nisaulhaq. 2024. “Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Kecamatan Kersamanah.” Pp. 68–74 in.
- O. Feriyanto, Sugiono. 2020. “Pengaruh Pengetahuan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Bandung.” 6681(3):144–63.
- Ristanto, Novian, and Martinus Budiantara. 2024. “Pengaruh Literasi Pajak , Kesadaran Pajak , Dan E-Filing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.” 7(2).
- Romansi Lumban Gaol. 2022. “Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus, Penyuluhan Wajib Pajak, Pemeriksaan Pajak & Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.” *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak* 8(1):134–40.
- Syailendra, Moody Rizqy. 2023. “Jurnal Dinamika Hukum ENDORSEMENT INCOME BASED ON INDONESIA TAX.” 23(2).
- Utami, Christina Whidya. 2021. “Anthology Entrepreneurship.” Univeritas Ciputra.
- Widiastuti, Nia Putu Eka. 2023. “FENOMENOLOGI KESADARAN WAJIB PAJAK SOCIO-ENTREPRENEUR.” edited by A. R. Setiawan. Penerbit Peneleh.
- Yadewani, Etty Sri Wahyuni & Dorris. 2024. “Perencanaan Keuangan.” Serasi Media Teknologi.