

GENERASI Z DAN KEPATUHAN PAJAK DI ERA DIGITAL: INTEGRASI SOSIALISASI, LITERASI PERPAJAKAN, DAN TRANSFORMASI LAYANAN PUBLIK PROVINSI JAWA TENGAH

Cicho Widyawara^{1*}, & Ahmad Hijri Alfian²

^{*1&2} Prodi Akutansi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang

e-Mail: cichowidyawaraa@gmail.com

Submit Tgl: 08-Juni-2026

Diterima Tgl: 09-Juni-2026

Diterbitkan Tgl: 10-Juni-2026

Abstrak. Rendahnya tingkat kepatuhan pajak kendaraan bermotor merupakan hambatan strategis dalam cara untuk mengoptimalkan penerimaan pajak di Jawa Tengah. Penelitian bertujuan menganalisis sosialisasi pajak, pengetahuan pajak, serta digitalisasi layanan pajak terkait kepatuhan pajak Generasi Z pemilik kendaraan di Provinsi Jawa Tengah. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif metode survei. Populasinya seluruh wajib pajak generasi Z pemilik kendaraan di Jawa Tengah, melalui sampel sebesar 100 responden di pilih berlandaskan rumus Slovin dan menggunakan *purposive sampling* mengacu pada kriteria inklusi yang ditentukan sebelumnya. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur dengan skala likert kemudian dianalisis regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak SPSS 26. Penelitian menyatakan kesadaran perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan perpajakan, bahwa pengetahuan perpajakan memberikan pengaruh positif dan signifikan, dan digitalisasi layanan perpajakan memberikan pengaruh positif dan signifikan dengan koefisien tertinggi. Ketiga variabel secara simultan menjelaskan 51,6% variasi kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini menyimpulkan bahwa optimalisasi kepatuhan pajak kendaraan bermotor Generasi Z memerlukan sinergi antara strategi sosialisasi berbasis digital, peningkatan literasi perpajakan, dan transformasi layanan perpajakan digital yang kontekstual bagi generasi muda.

Kata kunci: Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Pajak, Digitalisasi Layanan Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak, Generasi Z

Cara mengutip Widyawara, C., & Alfian, A. H. (2026). Generasi Z dan Kepatuhan Pajak di Era Digital: Integrasi Sosialisasi, Literasi Perpajakan, dan Transformasi Layanan Publik Provinsi Jawa Tengah. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 1742–1755. <https://doi.org/10.71456/sur.v4i2.1997>

PENDAHULUAN

Pajak merupakan instrumen fiskal yang menjadi pemasukan utama bagi pembiayaan pembangunan nasional maupun daerah. Dalam pelaksanaan desentralisasi fiskal di Indonesia, Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) memiliki peran strategis sebagai sumber utama Pendapatan Asli Daerah (PAD). Penerimaan PKB di daerah Jawa Tengah tercatat Rp 1,248 triliun, angka yang menunjukkan besarnya kontribusi pajak terhadap pembangunan infrastruktur dan layanan publik daerah (*Pemerintah Provinsi Jawa Tengah*, 2024). Pada tingkat global, perkembangan sistem perpajakan berbasis digital terus mengalami peningkatan sejalan dengan upaya pemerintah dalam mengoptimalkan penerimaan negara

dengan adanya transformasi bagi administrasi perpajakan yang efisien, transparan serta inklusi (Enggaryanti, 2024). Disisi lain di Jawa Tengah mengalami peningkatan kendaraan dari 20.399.337 unit pada 2023 menjadi 22.22.285.789 unit pada 2025, peningkatan jumlah kendaraan seharusnya dapat mendorong pertumbuhan penerimaan PKB karena bertambahnya jumlah wajib pajak (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, 2025). Akan tetapi, hal tersebut belum dapat dimanfaatkan dengan optimal akan rendahnya kepatuhan pajak kendaraan bermotor (Savitri et al., 2022).

Fenomena rendahnya kepatuhan pajak kendaraan bermotor tidak dapat lepas dari karakteristik serta perilaku wajib pajak itu sendiri. Menurut Wardani & Rumiyatun,(2017), bahwa kepatuhan pajak mencerminkan kesadaran serta tanggung jawab wajib pajak terhadap kewajibannya secara sukarela tanpa adanya tekanan atau paksaan. Kelompok ini mendominasi sekitar 27,94 persen dari total populasi di Indonesia sehingga menjadi segmen potensial dalam penerimaan pajak (Badan Pusat Statistik Kabupaten Gorontalo, 2025). Generasi ini dikenal sebagai digital native yang tumbuh di tengah arus deras teknologi informasi, sehingga perilaku kepatuhan perpajakan mereka dipengaruhi oleh aksesibilitas layanan digital, intensitas sosialisasi berbasis platform digital, serta pemahaman terhadap kewajiban perpajakan (Hantono & Wijaya, 2025). Oleh karena itu, pendekatan konvensional dalam meningkatkan kepatuhan pajak dinilai kurang relevan bagi generasi Z, dan pemerintah perlu mengembangkan strategi yang lebih adaptif dan kontekstual sesuai dengan karakteristik Generasi Z (Pratiwi, 2025).

Berbagai penelitian yang ada mengkaji beberapa faktor berpengaruh kepada kepatuhan wajib pajak di Indonesia. Savitri (2022) membuktikan bahwa penggunaan aplikasi SAKPOLE dan pengetahuan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kota Semarang. Senada dengan itu, Lauwrenza & Agustiningsih (2023) menemukan pengetahuan pajak serta penerapan SIGNAL berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak di Kabupaten Tangerang.

Meskipun demikian, sejumlah penelitian lain menunjukkan inkonsistensi yang perlu dikaji lebih mendalam. Alting & Sardju (2024) menemukan pengetahuan pajak, kesadaran pajak, dan sosialisasi pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor, sementara itu hanya sanksi pajak serta penggunaan e-samsat yang terbukti berpengaruh positif. Hasil yang kontradiktif juga ditemukan dalam penelitian Lauwrenza & Agustiningsih (2023), dimana sosialisasi pajak tidak memberikan pengaruh signifikan meskipun variabel lain terbukti berperan. Ayu Juliantari (2021) justru menemukan sebaliknya, bahwa sosialisasi pajak yang efektif mampu meningkatkan kesadaran wajib pajak meningkatkan pemahaman dan kesadaran wajib pajak akan pentingnya melunasi pajak.

Ketidakkonsistensi temuan tersebut terdapat celah penelitian yang belum terjembatani. Sebagai besar studi sebelumnya hanya mengkaji kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor secara umum. Masih sangat jarang penelitian yang membahas mengenai tingkat kepatuhan wajib pajak bagi Generasi Z khususnya terhadap kepatuhan akan wajib pajak kendaraan bermotor. Penelitian memadukan ketiga variabel yakni sosialisasi pajak, pengetahuan pajak dan digitalisasi layanan pajak yang secara simultan membahas dalam konteks Generasi Z terutama di Provinsi Jawa Tengah yang masih terbatas. Meskipun Provinsi Jawa Tengah memiliki jumlah kendaraan bermotor yang terus mengalami peningkatan secara signifikan

serta telah mengimplementasikan aplikasi SAKPOLE sebagai inovasi dalam digitalisasi layanan perpajakan, wilayah ini tetap menjadi konteks yang relevan dan strategis untuk dikaji (Savitri et al., 2022) dan (Kukuh Bhagaskara et al., 2023).

Berdasarkan gap tersebut, penelitian menganalisis pengaruh dari sosialisasi pajak, pengetahuan pajak, dan digitalisasi layanan pajak terhadap kepatuhan pajak kendaraan bermotor Generasi Z Jawa Tengah. Penelitian ini penting mengingat meningkatnya dominasi Generasi Z sebagai wajib pajak serta pesatnya transformasi digital perpajakan daerah. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian ketiga variabel secara simultan dengan fokus pada Generasi Z dan konteks implementasi aplikasi SAKPOLE di Jawa Tengah yang masih terbatas diteliti.

Secara teoritis penelitian menggunakan Theory of Planned Behavior dikemukakan Ajzen (1991) dimana tindakan suatu individu dapat dipengaruhi dari niat berperilaku (*behavioral intention*) terbentuk oleh tiga faktor, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavioral*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Dalam perspektif pajak, teori digunakan memahami keputusan wajib pajak untuk pemenuhan kewajiban pajaknya, seperti membayar secara tepat waktu serta pelaporan pajak secara jelas dan transparan. Penerapan teori ini menunjukkan bahwa edukasi perpajakan, persepsi akan sanksi, pemahaman tentang pajak, kepercayaan akan pemerintah, serta aspek psikologis dapat meningkatkan niat serta perilaku kepatuhan pajak (Faraitody, A., Rahmawati, N., & Setiawan, 2024) dan (Ustman, M., Pratama, A., & Kurniawan, 2024).

METODE PENELITIAN

Desain dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif yang bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen secara sistematis melalui pengolahan data numerik. Pendekatan kuantitatif dipilih karena permasalahan penelitian telah terdefinisi secara jelas, variabel penelitian dapat dioperasionalkan dan diukur, serta terdapat hipotesis yang perlu diuji secara empiris (Sugiyono, 2021). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei, yaitu metode yang mengumpulkan data dari responden melalui instrumen kuesioner untuk menggambarkan atau menguji hubungan antarvariabel dalam populasi tertentu (Sudaryono, 2021). Desain ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh data secara efisien dari jumlah responden yang besar dan tersebar secara geografis di Provinsi Jawa Tengah (Savitri et al., 2022; Lauwrenza & Agustiningsih, 2023). Dalam penelitian ini, variabel independen yang diuji meliputi sosialisasi pajak, pengetahuan pajak, dan digitalisasi layanan pajak, sedangkan variabel dependennya adalah kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor Generasi Z di Jawa Tengah.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan adalah seluruh wajib pajak kendaraan bermotor tergolong dalam generasi Z, yaitu individu yang lahir sekitar tahun 1997 hingga 2012 dan berdomisili di Provinsi Jawa Tengah. Berdasarkan BPS JATENG, (2026), seluruh Generasi Z di Jawa

Tengah mencapai 8.472.240 jiwa, sehingga termasuk dalam kategori populasi besar yang tidak dapat dijangkau seluruhnya (Sugiyono, 2021). Oleh karena itu, pengambilan sampel menerapkan purposive sampling, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu dan relevan dengan penelitian (Sudaryono, 2021). Parameter inklusi yang ditetapkan dalam penelitian ini meliputi: (1) berdomisili di Provinsi Jawa Tengah; (2) berusia 17 tahun dan tergolong dalam Generasi Z; (3) memiliki kendaraan bermotor pribadi; serta (4) melaksanakan pembayaran pajak kendaraan bermotor secara mandiri. penetapan

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

jumlah responden dilakukan perhitungan rumus slovin:

Diketahui bahwa (N) sebanyak 8.482.240, sedangkan untuk *margin off error* (e) sebesar 10 persen, maka diperoleh sampel minimal sebanyak 100 responden.

Instrumen Penelitian

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan indikator operasional dari masing-masing variabel penelitian. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti telah mengetahui secara pasti variabel yang akan diukur dan dapat mengharapkan responden memberikan jawaban tertulis secara mandiri (Sugiyono, 2021). Pengukuran seluruh variabel menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1 hingga 5, mulai dari "Sangat Tidak Setuju" hingga "Sangat Setuju". Indikator variabel kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor mencakup pemenuhan kewajiban sesuai ketentuan, ketiadaan tunggakan pajak, ketepatan waktu pembayaran, pengetahuan tentang jatuh tempo, dan pemenuhan persyaratan administratif, yang diadaptasi dari Wardani dan Asis (2017). Variabel sosialisasi pajak diukur melalui pelaksanaan, metode, media, peranan, dan manfaat sosialisasi (Wardani & Wati, 2018; Hanik & Pusposari, 2021), sedangkan variabel pengetahuan pajak diukur menggunakan indikator pemahaman tentang fungsi, sanksi, prosedur, tarif, dan peraturan perpajakan (Wardani & Asis, 2017; Putri & Afiqoh, 2023). Variabel digitalisasi layanan pajak diukur berdasarkan kecepatan, keefektifan, kemudahan, efisiensi waktu, dan keamanan penggunaan aplikasi SAKPOLE (Savitri et al., 2022). Sebelum digunakan dalam pengumpulan data, instrumen penelitian diuji kualitasnya melalui uji validitas menggunakan korelasi Product Moment Pearson, di mana item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 5%, serta uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach Alpha dengan nilai minimal 0,6 sebagai ambang batas reliabilitas yang dapat diterima (Ghozali, 2021).

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dilaksanakan dalam tiga tahap utama yang mencakup tahap persiapan, pengumpulan data, dan analisis data. Pada tahap persiapan, peneliti melakukan kajian literatur secara sistematis untuk menetapkan kerangka teoretis penelitian berdasarkan *Theory of Planned Behavior* serta menyusun instrumen kuesioner berdasarkan indikator variabel yang telah ditetapkan. Selanjutnya, dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen

sebagai prasyarat sebelum kuesioner disebarkan secara lebih luas kepada responden (Sudaryono, 2021). Pada tahap pengumpulan data, kuesioner disebarkan secara daring melalui Google Form kepada wajib pajak kendaraan bermotor Generasi Z yang berada di wilayah kantor SAMSAT Provinsi Jawa Tengah. Penyebaran kuesioner secara daring dipilih untuk memaksimalkan keterjangkauan responden Generasi Z yang memiliki kecenderungan tinggi dalam penggunaan teknologi digital (Pratiwi et al., 2025; Hantono & Wijaya, 2025). Responden yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi seluruh kriteria inklusi berjumlah 100 orang, sesuai dengan jumlah sampel minimal yang telah ditentukan melalui rumus Slovin. Data yang terkumpul kemudian diperiksa kelengkapan dan konsistensinya sebelum memasuki tahap analisis.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara bertahap menggunakan perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 26. Tahap pertama adalah analisis statistik deskriptif yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik data penelitian melalui nilai rata-rata, standar deviasi, nilai maksimum, nilai minimum, serta distribusi frekuensi jawaban responden pada tiap variabel (Ghozali, 2021). Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik sebagai prasyarat pengujian regresi linear berganda, yang terdiri atas uji multikolinearitas dengan memeriksa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser, serta uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Model regresi dinyatakan memenuhi asumsi klasik apabila nilai VIF di bawah 10, nilai *Tolerance* di atas 0,10, residual terdistribusi normal, dan tidak terdapat pola heteroskedastisitas yang signifikan (Ghozali, 2021). Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis regresi linear berganda yang mencakup uji F untuk menguji kelayakan model secara simultan, uji t untuk menguji pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa besar proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model (Sugiyono, 2021; Savitri et al., 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Karakteristik Responden

Penelitian ini mengumpulkan data dari 110 responden dengan tingkat pengembalian sebesar 100%. Terdapat beberapa karakteristik untuk responden sebagai berikut:

Tabel 1 Karakteristik Menurut Umur

Umur	Jumlah	Persentase
20	13	11,8%
21	14	12,7%
22	11	10 %
23	11	10%
24	9	8,2%
25	15	13,6%
26	10	9,1%
27	12	10,9%
28	8	7,3%
29	7	6,4%

Dari tabel tersebut, mayoritas berusia 25 tahun dengan persentase 13,6% (15 responden), diikuti usia 21 tahun sebesar 12,7% (14 responden), dan usia 20 tahun sebesar 11,8% (13 responden).

Tabel 1 Karakteristik Menurut Domisili

Domisili	Jumlah	Persentase
Kabupaten Demak	7	6,4%
Kabupaten Kudus	11	10%
Kabupaten Pati	28	25,5%
Kabupaten Rembang	9	8,2%
Kabupaten Semarang	13	11,8%
Kota Semarang	24	21,8%
Kota Surakarta	18	16,4%

Dilihat dari tabel diketahui mayoritas domisili di Kabupaten Pati sebesar 25,5% (28 responden), diikuti Kota Semarang sebesar 21,8% (24 rsponden) dan Kota Surakarta sebesar 16,4% (18 responden).

Table 2 Karakteristik menurut pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai Negeri	13	11,8%
Pegawai Swasta	53	48,2%
Wiraswasta	44	40%

Dapat diamati pegawai swasta mendominasi dengan 53 responden (48,2%), disusul wiraswasta 44 responden (40%) dan pegawai negeri sebanyak 13 responden (11,8%)

Table 3 Karakteristik menurut fungsi kendaraan

Fungsi Kendaraan	Jumlah	Persentase
Untuk Bekerja	49	44,5%
Untuk Jual Beli	40	36,4%
Untuk Koleksi	21	19,1%

Dilihat pada tabel, diketahui Sebagian besar menggunakan kendaraan bermotor untuk keperluan bekerja sebesar 44,5% (49 responden), diikuti untuk jual beli sebesar 36,4% (40 responden), dan untuk koleksi sebesar 19,1% (21 responden).

Statistik Deskriptif

Tabel 4 Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Sosialisasi	110	6	25	19,99	4,265
Pengetahuan		6	25	19,91	4,200
Digitalisasi		6	25	19,72	3,832
Kepatuhan Wajib Pajak		6	25	20,55	2,843

Hasil uji menunjukan bahwa seluruh variable penelitian memiliki rata-rata lebih besar dari standar deviasinya, mengindikasikan penyebaran data yang relative homogen dan tidak bervariasi secara ekstrem. Sosialisasi pajak memiliki rata-rata 19,99 dengan standar deviasi 4,265, sementara pengetahuan pajak memiliki rata-rata 19,91 dengan standar deviasi 4,200. Variabel digitalisasi layanan pajak memperoleh nilai rata-rata 19,72 dengan standar deviasi 3,832, sedangkan variabel kepatuhan pajak kendaraan bermotor bernilai tertinggi 20,55 dengan standar deviasi 2,483.

Uji Kualitas Data

Table 5 Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Sosialisasi Pajak	5	0,767 – 0,879	0,186	Valid
Pengetahuan Pajak	5	0,786 – 0,858	0,186	Valid
Digitalisasi Layanan Pajak	5	0,764 – 0,865	0,186	Valid
Kepatuhan Pajak	5	0,718 – 0,826	0,186	Valid

Pengujian tersebut menunjukan seluruh pernyataan keempat variabel telah dinyatakan valid, dengan nilai r hitung yang seluruhnya berada di atas r tabel sebesar 0,186 pada taraf signifikansi 5%. Nilai r hitung tertinggi ditemukan dalam instrumen sosialisasi pajak dengan angka 0,897, diikuti oleh instrumen pengetahuan pajak yang memiliki nilai 0,858, instrumen digitalisasi layanan pajak dengan 0,865, serta instrumen kepatuhan pajak tercatat angka 0,826.

Table 6 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Sosialisasi Pajak	0,897	Reliabel
Pengetahuan Pajak	0,880	Reliabel
Digitalisasi Layanan Pajak	0,872	Reliabel

Hasil uji dilihat seluruh variabel nilai Cronbach Alpha di atas batas 0,60, yaitu sosialisasi pajak (0,897), pengetahuan pajak (0,880), dan digitalisasi layanan pajak (0,872), sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan sesuai dalam pengujian hipotesis.

Uji Asumsi Klasik**Table 7 Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistic		
	Tolerance	VIF	Keterangan
Sosialisasi Pajak	0,982	1,019	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Pengetahuan Pajak	0,984	1,017	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Digitalisasi Layanan Pajak	0,986	1,014	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Hasil uji menunjukkan Tolerance semua variabel lebih besar dari 0,10 yaitu sosialisasi pajak (0,982), pengetahuan pajak (0,948), dan digitalisasi layanan pajak (0,986), dengan nilai VIF setiap variabel sebesar 1,019; 1,017; dan 1,014, yang seluruhnya berada di bawah angka 10. Ditarik kesimpulan model regresi tidak terpengaruh multikolinearitas.

Table 8 Uji Heteroskedasitas

Variabel	Sig	Keterangan
Sosialisasi Pajak	0,830	Tidak Terjadi Heteroskedasitas
Pengetahuan Pajak	0,207	Tidak Terjadi Heteroskedasitas
Digitalisasi Layanan Pajak	0,315	Tidak Terjadi Heteroskedasitas

Dapat dilihat uji heteroskedasitas menggunakan model Glejser menghasilkan signifikansi untuk sosialisasi pajak 0,830, pengetahuan pajak 0,207, dan digitalisasi layanan pajak 0,135, maka keseluruhannya lebih besar dari 0,05 sehingga model regresi tidak mengalami heteroskedasitas.

Table 9 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogrov Smirnov Test	
Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
0,200	Normal

Pengujian menggunakan Kolmogorov-Smirnov menghasilkan Asymp. Sig. (2-tailed) 0,200 berada di atas 0,05, menunjukkan residual dan terdistribusi secara normal.

Hasil Pengujian Hipotesis**Table 10 Uji Regresi Linear Berganda**

Variabel	Beta	T hitung	Sig
Sosialisasi Pajak	0,424	6,303	0,000
Pengetahuan Pajak	0,429	6,382	0,000
Digitalisasi Layanan Pajak	0,437	6,519	0,000

Pengujian model regresi linear berganda menghasilkan persamaan berikut:

$$Y = 2,173 + 0,283X_1 + 0,290X_2 + 0,325X_3$$

Hasil uji, diperoleh konstanta 2,173 menunjukkan ketika variabel sosialisasi pajak, pengetahuan pajak, dan digitalisasi layanan pajak bernilai 0, maka kepatuhan pajak sebesar

2,173. Selain itu, ketiga variabel independent terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi pajak memiliki koefisien 0,283, pengetahuan pajak 0,290, dan digitalisasi layanan pajak 0,325 dengan signifikansi masing-masing $0,000 < 0,05$. Menunjukkan setiap peningkatan pada sosialisasi pajak, pengetahuan pajak, dan digitalisasi layanan pajak meningkatkan kepatuhan wajib pajak asumsi variabel lain konstan.

Table 11 Uji Model Fit

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F hitung	Sig
Regresi	466,255	3	155,418	39,696	0,000
Residual	415,018	106	3,915		
Total	881,273	109			

Tabel model fit, nilai P value mencapai 0,000 lebih kecil daripada 0,05 menunjukkan model regresi dinyatakan fit dan ketiga variabel independent secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak kendaraan bermotor.

Table 12 Uji Signifikansi Koefisien Regresi

Variabel	B	Sig	Keterangan
Sosialisasi Pajak	0,283	0,000	Diterima
Pengetahuan Pajak	0,290	0,000	Diterima
Digitalisasi Layanan Pajak	0,325	0,000	Diterima

Hasil uji signifikansi koefisien regresi secara parsial menunjukkan (H1) diterima, dimana sosialisasi pajak nilai signifikansinya 0,000 dan koefisien regresi sebesar 0,283 menunjukkan sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. (H2) juga diterima, di mana pengetahuan pajak nilai signifikansinya 0,000 dan koefisien regresi sebesar 0,290, menunjukkan pengetahuan pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. (H3) digitalisasi layanan pajak nilai signifikansinya 0,000 dan koefisien regresi sebesar 0,325, menunjukkan digitalisasi layanan pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Table 13 Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate
1	0,727	0,529	0,516	1,979

Hasil uji tersebut menunjukkan Adjusted R Square 0,516 atau 51,6% berarti ketiga variabel independent secara bersamaan mampu menjelaskan 51,6% variasi kepatuhan pajak kendaraan bermotor Generasi Z, sisanya terpengaruh variabel di luar model penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Pajak Kendaraan Bermotor

Temuan penelitian, terbukti variabel sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak kendaraan bermotor. Terbukti dari nilai signifikansinya 0,000 lebih kecil dari 0,05 serta koefisien regresi sebesar 0,238 bernilai positif. Berdasarkan TPB, sosialisasi pajak mempengaruhi perilaku wajib pajak melalui peningkatan pemahaman, keyakinan, dan sikap terhadap pentingnya memenuhi kewajiban perpajakan. Sosialisasi pajak yang dilakukan secara afektif mampu memberikan informasi mengenai manfaat pajak, tata cara pembayaran, serta konsekuensi apabila tidak membayarkan kewajibannya. Semakin efektif sosialisasi dilakukan, semakin tinggi juga kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Generasi Z, sosialisasi pajak menjadi faktor penting karena generasi ini sangat dekat dengan teknologi dan informasi digital. Penyampaian informasi perpajakan dengan melalui media sosial, seminar online, maupun platform digital dapat membuat generasi Z lebih mudah dalam memahami aturan perpajakan. Sosialisasi yang menarik, interaktif serta mudah diakses mampu meningkatkan minat generasi Z untuk lebih memahami kewajiban perpajakan sehingga mendorong meningkatnya minat generasi Z untuk memahami kewajiban perpajakan sehingga mendorong peningkatan kepatuhan pajak. Hal ini sejalan dengan penelitian (Kholbi, N & Situngkir, 2025) menyatakan bahwa dengan komunikasi dari petugas samsat, media sosial, poster, dan inisiatif sosialisasi lain meningkatkan kepatuhan masyarakat. Dan adanya sosialisasi pajak, kemungkinan wajib pajak untuk melanggar lebih kecil, sehingga menjadikan efektif dan tercapainya pungutan pajak (Stevlyian & Agustiningsih, 2024). Penelitian lain yang sejalan (Ayu Juliantari et al., 2021; Wardani et al., 2021) menyatakan sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak kendaraan bermotor.

2. Pengaruh Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Pajak Kendaraan Bermotor

Berdasarkan temuan penelitian menunjukkan variabel pengetahuan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak kendaraan bermotor. Hal tersebut terbukti dari nilai signifikansinya 0,000 lebih kecil dari 0,05 serta koefisien regresi 0,290 bernilai positif. Berdasarkan TPB, pengetahuan pajak diartikan sebagai faktor mempengaruhi perilaku wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Baiknya pengetahuan pajak akan membantu wajib pajak memahami prosedur, aturan, serta pentingnya membayar pajak kendaraan bermotor sesuai dengan ketentuan. Tingginya tingkat pengetahuan, tinggi pula kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya.

Generasi Z merupakan generasi yang dekat dengan teknologi dan akses informasi sehingga memiliki peluang besar untuk memperoleh pengetahuan perpajakan melalui media sosial, maupun platform edukasi digital. Tingginya pengetahuan perpajakan yang generasi Z punya, maka baik pula pemahaman akan fungsi pajak, tata cara pembayaran, sanksi perpajakan. Hal tersebut dapat meningkatkan kesadaran serta kepatuhan generasi Z dalam melaksanakan kewajibannya. Sejalan dengan (Hantono, & Wijaya, 2025) bahwa pengetahuan perpajakan membantu dalam memahami kewajiban perpajakan yang dipenuhi dan dibayarkan. Penelitian lain yang juga sejalan (Lauwrenza & Agustiningsih, 2023; Puspa

Anggita, Amor Marundha, 2023; Savitri et al., 2022), menyatakan pengetahuan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak.

3. Pengaruh Digitalisasi Layanan Pajak terhadap Kepatuhan Pajak Kendaraan Bermotor

Dari temuan penelitian menunjukkan variabel digitalisasi layanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak kendaraan bermotor. Hal tersebut terbukti dari nilai signifikansinya 0,000 lebih kecil dari 0,05 serta koefisien regresi 0,325 bernilai positif. Berdasarkan *Theory Planned Behavior*, yang menjelaskan kemudahan serta kontrol perilaku dapat mempengaruhi niat untuk melakukan suatu Tindakan. Digitalisasi layanan pajak memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan sehingga memberikan niat wajib pajak agar patuh dalam membayar pajaknya.

Generasi Z sebagai generasi yang paham akan perkembangan teknologi seperti teknologi digital, sehingga dengan adanya keberadaan layanan perpajakan berbasis digital, seperti aplikasi SAKPOLE yang dimana dapat membantu serta mempermudah dalam mengecek tarif pajak kendaraan serta membayar pajak kendaraan secara daring sehingga membantu dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Kemudahan layanan digital membuat generasi Z lebih praktis dan efisien dalam melakukan pembayaran maupun pelaporan pajak sehingga mampu meningkatkan kepatuhan pajak. Hasil ini juga sama (Harielpi et al., 2025) menyatakan E-samsat memberikan kemudahan dengan praktis, aman dan efisien. Dengan kemudahan serta kenyamanan E-samsat menjadikan patuh dalam pelaksanaan perpajakannya (Musaiyadi, 2025). Penelitian lain yang juga sejalan (Lauwrenza & Agustiningasih, 2023; Savitri et al., 2022) digitalisasi layanan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa sosialisasi pajak, pengetahuan pajak, dan digitalisasi layanan pajak masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor Generasi Z di Provinsi Jawa Tengah, dengan nilai signifikansi 0,000 pada seluruh variabel dan koefisien determinasi sebesar 51,6% (Adjusted $R^2 = 0,516$), sehingga ketiga rumusan masalah penelitian terjawab secara empiris dan konsisten. Di antara ketiga variabel, digitalisasi layanan pajak memiliki pengaruh terbesar ($B = 0,325$), disusul pengetahuan pajak ($B = 0,290$), dan sosialisasi pajak ($B = 0,283$), yang mengindikasikan bahwa kemudahan akses layanan perpajakan berbasis digital merupakan faktor paling determinan dalam mendorong kepatuhan wajib pajak muda. Temuan ini menegaskan relevansi *Theory of Planned Behavior* sebagai landasan teoritis yang tepat untuk menjelaskan perilaku perpajakan Generasi Z melalui mekanisme pembentukan norma subjektif, sikap perilaku, dan *perceived behavioral control*.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan agar Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Tengah mengintensifkan program sosialisasi perpajakan melalui platform digital yang relevan bagi Generasi Z, mengembangkan konten edukasi perpajakan yang interaktif dan mudah diakses, serta terus mengoptimalkan aplikasi

SAKPOLE agar semakin andal, aman, dan terintegrasi dengan ekosistem pembayaran digital. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas model penelitian dengan mempertimbangkan variabel tambahan seperti kesadaran pajak, sanksi pajak, dan kepercayaan terhadap institusi perpajakan, serta mengeksplorasi kemungkinan peran mediasi atau moderasi dalam hubungan antarvariabel. Keterbatasan penelitian ini mencakup cakupan geografis yang terbatas pada Jawa Tengah, desain cross-sectional yang tidak memungkinkan pelacakan perubahan perilaku secara longitudinal, serta penggunaan kuesioner sebagai satu-satunya instrumen pengumpulan data yang berpotensi memunculkan bias respons.

DAFTAR PUSTAKA

- 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)
- Alting, & Sardju, R. (2024). Pengaruh pengetahuan pajak, kesadaran wajib pajak, sosialisasi pajak, sanksi pajak, dan penerapan e-samsat terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan*, 10(1), 45–60.
- Ayu Juliantari, N. K., Saitri, P. W., & Dewi, N. P. S. (2021). Pengaruh sosialisasi pajak, kualitas pelayanan pajak, dan pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *KARMA: Karya Riset Mahasiswa Akuntansi*, 1(4), 812–821.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Gorontalo. (2025). *Statistik kependudukan Generasi Z Indonesia 2025*. BPS.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (2025). *Perkembangan jumlah kendaraan bermotor di Jawa Tengah tahun 2023–2025*. BPS Jawa Tengah.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (2026). *Proyeksi penduduk Generasi Z di Jawa Tengah tahun 2026*. BPS Jawa Tengah.
- Enggaryanti, M. (2024). Transformasi digital administrasi perpajakan dan implikasinya terhadap kepatuhan wajib pajak di Indonesia. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik dan Perpajakan*, 6(2), 78–93.
- Faraitody, R., Mukhlis, I., & Wahyudi, S. (2024). Theory of planned behavior dalam konteks kepatuhan perpajakan: Tinjauan sistematis. *Jurnal Perpajakan Indonesia*, 12(1), 33–50.
- Fauziah, N., Kusuma, A. R., & Hartanto, W. (2023). Pengaruh pengetahuan pajak, sanksi pajak, pelayanan pajak, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dengan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 7(3), 512–528. <https://doi.org/10.29040/jie.v7i3.9479>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hanik, U., & Pusposari, D. (2021). Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dengan pemahaman peraturan perpajakan sebagai variabel intervening. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 6(2), 104–115.
- Hantono, & Wijaya, S. (2025). Perilaku perpajakan Generasi Z di era digital: Analisis faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 14(1), 55–70.
- Harielipi Cahaya Putri, A., Nugroho, R. A., & Setiawan, D. (2025). Digitalisasi layanan pajak dan kepatuhan wajib pajak muda: Studi pada pengguna aplikasi e-samsat. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informasi Perpajakan*, 3(1), 21–35.
- Kholbi, M., & Situngkir, A. (2025). Pengaruh sosialisasi pajak melalui media sosial dan saluran komunikasi terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Fiskal*, 8(1), 77–92.
- Kukuh Bhagaskara, R., Sari, D. P., & Nugroho, F. (2023). Evaluasi implementasi aplikasi SAKPOLE dalam meningkatkan kepatuhan pembayaran pajak kendaraan bermotor di Jawa Tengah. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik*, 9(2), 134–150.
- Lauwrenza, C., & Agustiningsih, W. (2023). Pengaruh pengetahuan pajak, sosialisasi pajak, dan penerapan aplikasi SIGNAL terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Tangerang. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 16(2), 201–215.
- Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. (2024). *Laporan realisasi penerimaan pajak kendaraan bermotor Provinsi Jawa Tengah tahun 2024*. BAPENDA Jawa Tengah.
- Pratiwi, D. A., Rahmawati, F., & Santoso, B. (2025). Karakteristik Generasi Z dan implikasinya terhadap strategi peningkatan kepatuhan perpajakan di Indonesia. *Jurnal Manajemen Perpajakan dan Keuangan Publik*, 7(1), 1–18.
- Puspa Anggita, R., & Amor Marundha, A. (2023). Pengaruh pengetahuan perpajakan dan literasi keuangan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 15(2), 89–104.
- Putri, A. R., & Afiqoh, N. (2023). Indikator pengetahuan perpajakan dan pengaruhnya terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 44–56.
- Savitri, E., Rusli, R., & Marlina, L. (2022). Pengaruh penggunaan aplikasi SAKPOLE dan pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kota Semarang. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 9(3), 178–191.
- Stevylian, M., & Agustiningsih, W. (2024). Strategi sosialisasi pajak berbasis digital untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak Generasi Z. *Jurnal Perpajakan dan Kebijakan Fiskal*, 6(2), 112–128.
- Sudaryono. (2021). *Metodologi penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan mix method* (Edisi 2). Rajawali Pers.

- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi 3). Alfabeta.
- Ustman, U., Prasetyo, H., & Faisol, A. (2024). Theory of planned behavior dan kepatuhan perpajakan: Peran sosialisasi, pengetahuan, dan digitalisasi layanan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 10(1), 63–79.
- Wardani, D. K., & Asis, M. R. (2017). Pengaruh pengetahuan wajib pajak, kesadaran wajib pajak, sanksi pajak kendaraan bermotor, dan sistem SAMSAT DRIVE THRU terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *Jurnal Akuntansi Dewantara*, 1(2), 21–31.
- Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan pengetahuan perpajakan sebagai variabel intervening. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(1), 33–54.
- Wardani, D. K., Cholis, N., & Wulandari, S. (2021). Sosialisasi perpajakan dan niat kepatuhan pajak kendaraan bermotor: Peran mediasi kesadaran pajak. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 22(1), 109–118. <https://doi.org/10.29040/jap.v22i1.2915>
- Yosefin, & Anjelka, V. (2022). Pengaruh penerapan e-samsat dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 24(1), 88–100.