

**PENGARUH *TAX MORALE*, KEADILAN PAJAK DAN SANKSI
PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK *CONTENT*
CREATOR DI KOTA MALANG**

SKRIPSI



Oleh

SALSANABILAH ANDINA PUTRI

NIM 220502110063

**JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG**

2026

**PENGARUH *TAX MORALE*, KEADILAN PAJAK DAN SANKSI
PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK *CONTENT*
CREATOR DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana
Malik Ibrahim Malang



Oleh

SALSANABILAH ANDINA PUTRI

NIM 220502110063

**JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**Pengaruh *Tax Morale*, Keadilan Pajak, dan Sanksi Pajak Terhadap
Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* di Kota Malang**

SKRIPSI

Oleh

Salsanabilah Andina Putri

NIM : 220502110063

Telah Disetujui Pada Tanggal 18 Juni 2026

Dosen Pembimbing,



Fatmawati Zahroh, M.S.A
NIP. 198602282019032010

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh *Tax Morale*, Keadilan Pajak dan Sanksi Pajak terhadap
Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* di Kota Malang

SKRIPSI

Oleh

SALSANABILAH ANDINA PUTRI

NIM : 220502110063

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.)
Pada 25 Juni 2026

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Dr. Yuliati, M.S.A

NIP. 197307032023212005

2 Anggota Penguji

Ahmad Fahrudin Alamsyah, SE., MM. Ak., CA

NIP. 197411221999031001

3 Sekretaris Penguji

Fatmawati Zahroh, M.S.A

NIP. 198602282019032010

Tanda
Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Kholilah, M.S.A

NIP. 198707192019032010

SURAT PENYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salsanabilah Andina Putri

NIM 220502110063

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Menyatakan bahwa **“Skripsi”** yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH TAX MORALE, KEADILAN PAJAK DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK CONTENT CREATOR DI KOTA MALANG adalah hasil karya saya sendiri, bukan **“duplikasi”** dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada **“klaim”** dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 10 Juni 2026

Hormat saya,



Salsanabilah Andina

NIM 220502110063

MOTTO

“Tuhan membawamu sejauh ini bukan untuk mengalami kegagalan”

Setiap langkah yang telah dilalui dalam kehidupan tidak terjadi secara kebetulan. Setiap perjuangan, kesulitan, dan proses panjang yang telah dilewati merupakan bagian dari perjalanan yang telah direncanakan oleh Allah SWT. Ketika telah sampai pada titik sejauh ini, maka segala usaha, doa, dan keteguhan hati yang telah diberikan tidak akan berakhir sia-sia. Kegagalan bukanlah tujuan akhir, melainkan bagian dari proses pembelajaran yang membentuk kekuatan, ketahanan, dan kedewasaan dalam menghadapi kehidupan dan selalu memiliki keyakinan untuk terus melangkah dan bertahan, karena di balik setiap perjalanan panjang yang penuh usaha dan doa, pasti terdapat keberhasilan serta keindahan yang menunggu pada waktunya.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil‘alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, rezeki dan kasih sayang-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Tax Morale, Keadilan Pajak dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator di Kota Malang”. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan peradaban seperti yang dapat dirasakan hingga saat ini.

Sebagai insan yang tidak luput dari kekurangan dan keterbatasan, penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidaklah mudah dan tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si., selaku rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, atas kepemimpinan dan kebijakan yang telah memberikan ruang bagi penulis untuk berkembang secara akademik.
2. Bapak Dr. Misbahul Munir, Lc., M.El., selaku dekan Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, atas arahan dan dukungan yang diberikan selama proses pendidikan.
3. Ibu Dr. Kholilah, M.S.A selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, atas dedikasi dan kontribusinya dalam membangun kualitas akademik program studi.
4. Ibu Fatmawati Zahroh, M.S.A., selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan bimbingan, dan masukan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini

5. Ibu Sri Andriani M.Si, selaku dosen wali yang telah memberikan arahan dan masukan kepada peneliti dari semester awal hingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah mengajarkan dan memberi ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Bapak Abdul Ghofur dan Ibu Anik Anjar, selaku orang tua penulis Ayah yang tidak pernah berhenti memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta semangat kepada penulis. Terima kasih atas setiap pengorbanan, kesabaran, dan kepercayaan yang diberikan selama perjalanan pendidikan ini. Kehadiran dan dukungan Ayah dan Ibu menjadi alasan bagi penulis untuk terus berusaha dan menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
8. Kakak perempuan penulis, Anisha serta Acica keponakan tercinta, yang senantiasa memberikan dukungan, perhatian, doa, dan keceriaan di tengah proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis dan memberikan semangat untuk terus melangkah hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Sahabat penulis, Dinar. yang senantiasa menjadi tempat pulang, tempat berbagi cerita, serta pendengar terbaik bagi setiap keluh kesah penulis selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih atas kesabaran, perhatian, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan. Dukungan tersebut menjadi salah satu sumber kekuatan bagi penulis dalam melewati setiap proses selama penyusunan skripsi ini.
10. Fitri Rahma, sahabat penulis sejak kecil, yang selalu hadir dengan dukungan, semangat, dan perhatian. Terima kasih telah menjadi teman bertumbuh, dan salah satu orang yang selalu mendukung penulis dalam setiap langkah hingga penyusunan skripsi ini selesai.
11. Sahabat dan teman seperjuangan selama perkuliahan yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas segala dukungan, bantuan, canda tawa, serta kebersamaan yang telah menemani penulis selama menjalani

masa perkuliahan. Semoga segala kenangan dan perjuangan yang telah dilalui bersama menjadi cerita yang berharga di masa mendatang.

12. Kepada diri sendiri, Terima kasih karena telah berjuang sejauh ini, tetap bertahan di tengah berbagai kesulitan, dan tidak memilih untuk menyerah ketika keadaan terasa berat. Terima kasih karena terus mencoba, terus belajar, dan terus melangkah meskipun sering kali diiringi rasa takut, lelah, dan ragu. Tidak semua hari berjalan dengan mudah, namun penulis berhasil melewati setiap proses dengan sebaik mungkin. Skripsi ini bukan hanya tentang penyelesaian sebuah kewajiban akademik, tetapi juga menjadi bukti dari perjalanan panjang, ketekunan, dan keberanian untuk terus melanjutkan langkah. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari perjalanan-perjalanan baik lainnya yang akan datang. Hari ini, penulis memilih untuk menghargai setiap usaha yang telah dilakukan dan berterima kasih kepada diri sendiri karena telah sampai pada titik ini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PENYATAAN	ii
MOTTO.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
الملخص.....	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kajian Teoritis	17
2.2.1 <i>Slippery Slope Framework</i>	17
2.2.2 Tax Morale	20
2.2.3 Keadilan Pajak	22
2.2.4 Sanksi Pajak	24
2.2.5 Kepatuhan Pajak.....	26
2.2.6 Integrasi Keislaman.....	28
2.3 Kerangka Konseptual	29
2.4 Hipotesis Penelitian.....	29

2.4.1 Pengaruh <i>Tax Morale</i> terhadap Kepatuhan Wajib Pajak <i>Content Creator</i> di Kota Malang.....	29
2.4.2 Pengaruh Keadilan Pajak (<i>Tax Fairness</i>) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak <i>Content Creator</i> di Kota Malang	30
2.4.3 Pengaruh Sanksi Pajak (<i>Tax Sanction</i>) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak <i>Content Creator</i> di Kota Malang	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	32
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.4 Data dan Jenis Data.....	35
3.4.1 Data Primer	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6 Variabel Penelitian	37
3.6.1 Variabel Independen.....	37
3.6.2 Variabel Dependen	39
3.7 Definisi Operasional Variabel	39
3.8 Analisis Data dan Uji Hipotesis	41
3.8.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	41
3.8.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	42
3.8.3 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	45
4.1.2 Karakteristik Responden	45
4.2 Hasil Uji Coba Instrumen (Pilot Test).....	50
4.2.1 Uji Validitas.....	50
4.2.2 Uji Reliabilitas	52
4.3 Analisis Deskriptif Variabel	52
4.3.1 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Tax Morale</i>	52
4.3.2 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Tax Fairness</i>	55

4.3.3 Distribusi Frekuensi Variabel Sanksi Pajak	57
4.3.4 Distribusi Frekuensi Variabel Kepatuhan Pajak.....	60
4.4 Analisis Data	62
4.4.1 Skema Model Partial Least Square (PLS).....	62
4.4.2 Model Pengukuran (Outer Model)	63
4.4.3 Model Struktural (Inner Model).....	69
4.5 Pembahasan.....	73
4.5.1 Pengaruh Tax Morale terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator	73
4.5.2 Pengaruh Keadilan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator.....	75
4.5.3 Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator.....	77
BAB V PENUTUP	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan Domisili.....	46
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan platform yang digunakan	47
Tabel 4. 5 Karakteristik responden berdasarkan lamanya menjadi Content Creator	48
Tabel 4. 6 Karakteristik responden status kepemilikan NPWP.....	48
Tabel 4. 7 Karakteristik responden berdasarkan rata-rata penghasilan.....	49
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Instrumen	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Instrumen	52
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Variabel Tax Morale.....	52
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Variabel Tax Fairness	55
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Variabel Sanksi Pajak.....	57
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Variabel Kepatuhan Pajak.....	60
Tabel 4. 14 Hasil Outer Loadings	63
Tabel 4. 15 Hasil <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	64
Tabel 4. 16 Hasil <i>Fornell Larcker</i>	65
Tabel 4. 17 Hasil <i>Cross Loading</i>	66
Tabel 4. 18 Uji Heteroit-Monotrait Ratio (HTMT).....	67
Tabel 4. 20 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4. 21 Hasil Uji R- Square	69
Tabel 4. 22 Hasil F- Square.....	70
Tabel 4. 23 Hasil Uji Predictive Relevance (Q^2).....	70
Tabel 4. 24 Hasil Uji Path Coefficient	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Nilai Transaksi E-Commerce	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	88
Lampiran 2 Tabulasi Data	92
Lampiran 3 Hasil Uji.....	96
Lampiran 4 Biodata Penulis	101
Lampiran 5 Jurnal Bimbingan.....	102
Lampiran 6 Bebas Plagiarisme.....	106

ABSTRAK

Salsanabilah Andina Putri 2026, SKRIPSI, Judul: “Pengaruh *Tax Morale*, Keadilan Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* Di Kota Malang”

Pembimbing : Fatmawati Zahroh M.S.A

Kata Kunci : *Tax Morale*, Keadilan Pajak, Sanksi Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak, *Content Creator*.

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah mendorong munculnya profesi *content creator* sebagai salah satu sumber penghasilan baru yang terus berkembang. Meskipun aktivitas ekonomi digital mengalami peningkatan yang signifikan, tingkat kepatuhan pajak di sektor ini masih menjadi perhatian karena adanya kesenjangan antara potensi penerimaan pajak dan realisasi kepatuhan wajib pajak. Faktor-faktor seperti *tax morale*, keadilan pajak, dan sanksi pajak diduga memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak *content creator*.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 152 *content creator* yang memenuhi kriteria penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS.

Hasil menunjukkan *tax morale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan koefisien jalur sebesar 0,485, *t-statistic* 8,523, dan *p-value* 0,000. Keadilan pajak juga berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien jalur sebesar 0,349, *t-statistic* 6,251, dan *p-value* 0,000. Sementara itu, sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien jalur sebesar 0,240, *t-statistic* 4,422, dan *p-value* 0,001. Di antara ketiga variabel, *tax morale* merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepatuhan wajib pajak *content creator*.

ABSTRACT

Salsanabilah Andina Putri, 2026. Undergraduate Thesis. Title: "The Influence of Tax Morale, Tax Fairness, and Tax Sanctions on Tax Compliance among Content Creators in Malang City"

Supervisor : Fatmawati Zahroh, M.S.A.

Keywords : Tax Morale, Tax Fairness, Tax Sanctions, Tax Compliance, Content Creator.

The development of the digital economy in Indonesia has led to the emergence of content creators as one of the rapidly growing sources of income. Although digital economic activities have increased significantly, the level of tax compliance in this sector remains a concern due to the gap between potential tax revenue and the actual compliance of taxpayers. Factors such as tax morale, tax fairness, and tax sanctions are believed to influence the level of tax compliance among content creators.

This study employed a quantitative approach using primary data collected through questionnaires distributed to 152 content creators who met the research criteria. The data were analyzed using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS software.

The results indicate that tax morale has a positive and significant effect on tax compliance, with a path coefficient of 0.485, a t-statistic of 8.523, and a p-value of 0.000. Tax fairness also has a positive and significant effect on tax compliance, with a path coefficient of 0.349, a t-statistic of 6.251, and a p-value of 0.000. Meanwhile, tax sanctions have a positive and significant effect on tax compliance, with a path coefficient of 0.240, a t-statistic of 4.422, and a p-value of 0.001. Among the three variables, tax morale is the most dominant factor influencing the tax compliance of content creators.

الملخص

سالسانابيللا أندينا بوتري، 2026. أطروحة البكالوريوس. العنوان: "تأثير معنويات الضرائب، وعدالة الضرائب، والعقوبات الضريبية على الامتثال الضريبي بين منشئي المحتوى في مدينة مالانغ"

المشرفة : فطموتي زهروه، ماجستير في الآداب

الكلمات المفتاحية : معنويات الضرائب، عدالة الضرائب، العقوبات الضريبية، الامتثال الضريبي، منشئي المحتوى.

أدى تطور الاقتصاد الرقمي في إندونيسيا إلى بروز صانعي المحتوى كأحد مصادر الدخل المتنامية بسرعة. على الرغم من أن الأنشطة الاقتصادية الرقمية قد ازدادت بشكل كبير، إلا أن مستوى الامتثال الضريبي في هذا القطاع لا يزال مصدر قلق بسبب الفجوة بين الإيرادات الضريبية المحتملة والامتثال الفعلي لدافعي الضرائب. يعتقد أن عوامل مثل الروح المعنوية الضريبية، وعدالة الضرائب، والعقوبات الضريبية تؤثر على مستوى الامتثال الضريبي بين منشئي المحتوى.

استخدمت هذه الدراسة نهجا كميًا باستخدام بيانات أولية تم جمعها من خلال استبيانات وزعت على 152 منشئ محتوى استوفوا معايير البحث. تم تحليل البيانات باستخدام طريقة نمذجة المعادلات الهيكلية الجزئية الصغرى (PLS-SEM) بمساعدة برنامج SmartPLS.

تشير النتائج إلى أن المعنويات الضريبية لها تأثير إيجابي ومهم على الامتثال الضريبي، حيث يكون معامل المسار 0.485، وإحصائية t 8.523، وقيمة p 0.000. كما أن العدالة الضريبية لها تأثير إيجابي وكبير على الامتثال الضريبي، حيث يكون معامل مسار 0.349، وإحصائية t مقدارها 6.251، وقيمة p تبلغ 0.000. وفي الوقت نفسه، فإن العقوبات الضريبية لها تأثير إيجابي وكبير على الامتثال الضريبي، حيث يكون معامل المسار 0.240، وإحصائية t 4.422، وقيمة p 0.001. من بين المتغيرات الثلاثة، المعنويات الضريبية هي العامل الأكثر تأثيراً على الامتثال الضريبي لمنشئي المحتوى.

BAB I

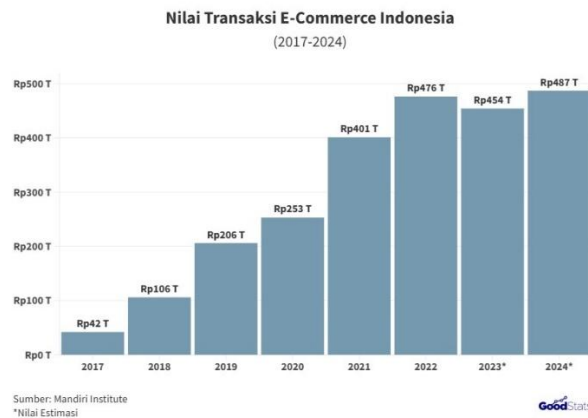
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena *content creator* dan *influencer* sebagai profesi digital telah berkembang pesat di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Aktivitas monetisasi melalui berbagai platform digital seperti Instagram, YouTube Membership, Patreon, atau kerja sama *brand* telah menciptakan sumber penghasilan yang signifikan bagi pelaku industri kreatif ini. Implikasi sosialnya tampak jelas dalam perubahan pola kerja dari sekadar hobi menjadi profesi dengan imbalan ekonomi riil, sehingga kontribusi ekonomi mereka terhadap pendapatan nasional semakin meningkat. Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak menegaskan bahwa seluruh penghasilan yang diperoleh dari aktivitas pembuatan konten digital, termasuk fee jasa, endorsement, konten eksklusif berbayar, dan pendapatan dari platform digital lainnya merupakan objek Pajak Penghasilan (PPh) yang wajib dilaporkan sesuai ketentuan perpajakan yang berlaku. Penegasan tersebut semakin diperkuat dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 2026 yang mengubah ketentuan dalam PP Nomor 55 Tahun 2022. Dalam peraturan tersebut ditegaskan bahwa pembuat atau pencipta konten pada media yang dibagikan secara daring, seperti content creator, influencer, blogger, vlogger, dan profesi sejenis termasuk dalam kategori pekerjaan bebas sehingga tidak dapat memanfaatkan skema PPh Final UMKM sebesar 0,5%, melainkan dikenai Pajak Penghasilan berdasarkan ketentuan umum yang berlaku.

Tidak terdapat perlakuan perpajakan khusus yang membebaskan penghasilan tersebut dari kewajiban perpajakan. Bagi Wajib Pajak Orang Pribadi, penghasilan tersebut diperhitungkan dalam penghitungan PPh berdasarkan ketentuan umum yang berlaku, sehingga content creator yang telah memenuhi persyaratan perpajakan memiliki hak dan kewajiban yang sama dengan wajib pajak lainnya dalam sistem self-assessment, termasuk kewajiban mendaftarkan diri, menghitung

penghasilan neto sesuai ketentuan, menyeter pajak yang terutang, serta melaporkan SPT Tahunan.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Nilai Transaksi E-Commerce

Sumber: Mandiri Institute, 2024

Gambar 1.1 menunjukkan pertumbuhan nilai transaksi e-commerce di Indonesia dari tahun 2017 hingga 2024 yang terus mengalami peningkatan signifikan. Berdasarkan data Mandiri Institute (2024), nilai transaksi *e-commerce* meningkat dari Rp42 triliun pada tahun 2017 menjadi Rp487 triliun pada tahun 2024. Peningkatan tersebut menggambarkan pesatnya perkembangan ekonomi digital di Indonesia dalam tujuh tahun terakhir (Mandiri Institute, 2024). Pertumbuhan ekonomi digital yang begitu cepat ini tidak hanya mengubah pola konsumsi masyarakat, tetapi juga menciptakan berbagai sumber penghasilan baru yang bersifat daring (*online-based income*), salah satunya melalui profesi *content creator*. (Girish Hiranandani & Manish Wadhwani, 2023) *Content creator* memperoleh pendapatan dari aktivitas digital seperti *endorsement*, iklan, afiliasi, dan monetisasi konten di berbagai platform media sosial. Meskipun aktivitas ekonomi digital terus meningkat, tingkat kepatuhan pajak di sektor ini belum menunjukkan tren yang sepadan dengan pertumbuhan nilai transaksinya. Hal ini mengindikasikan adanya *tax gap* di sektor digital yang dapat disebabkan oleh

rendahnya moral pajak, persepsi ketidakadilan dalam sistem pajak, serta kurangnya efektivitas sanksi pajak. (OECD, 2023)

Salah satu sektor yang ikut mendorong pertumbuhan ekonomi digital adalah industri *content creator*. Profesi ini berkembang sangat pesat seiring dengan maraknya penggunaan media sosial dan platform berbasis video seperti *YouTube*, *TikTok*, dan *Instagram*. Para kreator konten kini bukan hanya sekadar berbagi ide atau hiburan, tetapi juga menjadikannya sebagai sumber penghasilan utama. Content creator memperoleh penghasilan dari berbagai sumber, seperti endorsement, pendapatan iklan (*AdSense*), afiliasi, monetisasi platform, hingga donasi digital. Seluruh penghasilan tersebut merupakan objek Pajak Penghasilan (PPh). Sejalan dengan diterbitkannya PP Nomor 20 Tahun 2026, pemerintah juga menegaskan bahwa content creator sebagai pelaku pekerjaan bebas tidak lagi dapat menggunakan fasilitas PPh Final UMKM sebesar 0,5%, melainkan wajib menghitung kewajiban pajaknya berdasarkan mekanisme umum Pajak Penghasilan. Perubahan kebijakan ini menunjukkan semakin besarnya perhatian pemerintah terhadap kepatuhan pajak pelaku ekonomi digital sekaligus mempertegas pentingnya pemahaman dan kepatuhan perpajakan di kalangan content creator. (DDTC, 2026).

Masih terdapat fenomena rendahnya kepatuhan pajak di kalangan content creator juga tercermin dari berita DDTCnews, (2024) yang melaporkan bahwa Kantor Pajak mengunjungi alamat seorang *YouTuber* untuk menyampaikan Surat Permintaan Penjelasan atas Data atau Keterangan (SP2DK) terkait penghasilan dari kanal *YouTube*. Kasus tersebut menunjukkan bahwa otoritas pajak telah mulai melakukan langkah pengawasan langsung terhadap pelaku ekonomi digital, namun masih ditemukan kesenjangan antara kewajiban formal dan perilaku kepatuhan sukarela. Pendekatan perilaku yang menekankan aspek moral, persepsi keadilan, dan sanksi perlu digunakan untuk memahami perilaku pajak profesi digital yang cenderung independen dan otonom.

Untuk memahami perilaku kepatuhan dalam lingkungan digital yang independen dan sulit diawasi, dapat dilakukan pendekatan perilaku seperti *Slippery Slope Framework* (SSF). SSF menjelaskan bahwa kepatuhan merupakan hasil keseimbangan antara kepercayaan (*trust*) dan kekuasaan otoritas pajak (*power*) (Erich Kirchler, 2007). Pendekatan ini tepat digunakan untuk menganalisis wajib pajak digital seperti *content creator* yang memiliki karakteristik pendapatan fluktuatif, bekerja tanpa struktur organisasi, dan tidak diawasi melalui mekanisme fiskal konvensional. Walaupun sudah terdapat penelitian yang membahas kaitan antara moralitas pajak, persepsi keadilan, dan sanksi terhadap kepatuhan wajib pajak, sebagian besar studi masih berfokus pada UMKM, pelaku usaha konvensional, atau konteks perpajakan secara umum. Penelitian-penelitian tersebut menempatkan wajib pajak dalam struktur organisasi yang jelas dengan sistem administrasi yang relatif stabil. Sehingga, kajian yang ada masih terbatas dalam menjelaskan dinamika kepatuhan pajak pada profesi digital yang sifatnya independen, berpenghasilan tidak menentu. Selain itu, meskipun *Slippery Slope Framework* telah banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku kepatuhan wajib pajak, penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada wajib pajak sektor konvensional seperti UMKM dan pelaku usaha secara umum. Kajian mengenai penerapan *Slippery Slope Framework* pada profesi berbasis digital seperti content creator masih memiliki ruang untuk dikembangkan, terutama dalam memahami bagaimana faktor moralitas pajak, persepsi keadilan, dan sanksi pajak berperan dalam membentuk kepatuhan pajak pada karakteristik pekerjaan digital yang lebih fleksibel dan independen.

Penelitian ini memiliki kebaruan dalam beberapa aspek:

- 1) Menerapkan *Slippery Slope Framework* pada konteks wajib pajak content creator sebagai bagian dari perkembangan ekonomi digital, sehingga memperluas penerapan pendekatan perilaku dalam memahami kepatuhan pajak pada profesi digital yang bersifat independen.

- 2) Memfokuskan analisis pada profesi digital yang bersifat otonom dan sulit diawasi serta menawarkan perspektif baru tentang kepatuhan di era ekonomi digital.
- 3) Menguji peran faktor psikologis seperti moralitas dan persepsi keadilan bersama dengan sanksi formal dalam satu model empiris yang mencerminkan keseimbangan antara trust dan power sebagaimana dijelaskan dalam *SSF*.

Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai perilaku kepatuhan pajak content creator, serta menawarkan dasar empiris bagi otoritas pajak untuk merumuskan kebijakan yang lebih adaptif terhadap karakteristik ekonomi digital. Berdasarkan urgensi dan landasan teoretis tersebut, peneliti menetapkan judul: ***“PENGARUH TAX MORALE, KEADILAN PAJAK, DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK CONTENT CREATOR DI KOTA MALANG”***

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *Tax Morale* berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* di Kota Malang?
2. Apakah Keadilan Pajak (*Tax Fairness*) berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* di Kota Malang?
3. Apakah Sanksi Pajak (*Tax Sanction*) berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Tax Morale* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* di Kota Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Keadilan Pajak (*Tax Fairness*) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* di Kota Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Sanksi Pajak (*Tax Sanction*) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* di Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan literatur di bidang akuntansi perpajakan dan perilaku kepatuhan pajak. Secara khusus, hasil penelitian ini memperluas penerapan *Slippery Slope Framework* (SSF) dalam konteks ekonomi digital, dengan menekankan bagaimana aspek moral, persepsi keadilan, dan kekuatan otoritas pajak memengaruhi kepatuhan pajak pada profesi content creator yang bersifat independen dan berbasis platform digital.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi sarana untuk memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor psikologis dan persepsi yang memengaruhi kepatuhan pajak pada profesi content creator. Penelitian ini juga memberikan pengalaman empiris dalam menerapkan teori *Slippery Slope Framework* dalam konteks perpajakan digital di Indonesia.

2. Bagi Pelaku *Content Creator*

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan mengenai pentingnya moral pajak, keadilan pajak, serta konsekuensi sanksi dalam membentuk perilaku kepatuhan perpajakan. Pemahaman ini dapat membantu para content creator dalam mengelola kewajiban perpajakannya secara lebih baik, meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya transparansi penghasilan, serta mendorong perilaku kepatuhan demi menjaga kredibilitas dan keberlanjutan aktivitas digital yang mereka jalankan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi dan dasar pengembangan penelitian lanjutan mengenai perilaku kepatuhan pajak di era digital. Peneliti berikutnya dapat memperluas kajian dengan menambahkan variabel lain seperti literasi pajak, kepercayaan terhadap otoritas, norma sosial, atau penggunaan teknologi perpajakan berbasis digital, dan menambah pemahaman mengenai kepatuhan pajak dapat dikaji lebih komprehensif dalam konteks profesi modern.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 berikut menunjukkan daftar penelitian sebelumnya yang digunakan oleh penulis sebagai acuan dalam penelitian ini :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Heang Boong Taing & Yongjin Chang (2020)	<i>“Determinants of Tax Compliance Intention: Focus on the Theory of Planned Behavior”</i> <i>International Journal of Public Administration</i>	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>tax morale</i> , <i>tax fairness</i> , dan <i>tax complexity</i> berpengaruh terhadap niat kepatuhan pajak. Artinya, moralitas pajak yang tinggi, persepsi keadilan, dan kesederhanaan aturan pajak dapat meningkatkan keinginan wajib pajak untuk patuh. Sementara itu, <i>power of authority</i> , <i>trust in government</i> , <i>tax information</i> , dan <i>tax awareness</i> tidak signifikan, menunjukkan bahwa faktor eksternal seperti kekuasaan otoritas belum cukup kuat dalam

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				mendorong niat kepatuhan jika tidak disertai moralitas dan persepsi keadilan.
2.	Nadia Salsabila, Imahda Khoiri Furqon (2020)	“Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Ketegasan Sanksi Perpajakan, dan Keadilan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Pekalongan” Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing (JAPA)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak, pengetahuan perpajakan, dan ketegasan sanksi perpajakan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Semakin tinggi tingkat kesadaran dan pemahaman wajib pajak mengenai aturan perpajakan, serta semakin tegas penerapan sanksi bagi pelanggar, semakin besar pula tingkat kepatuhan sukarela dalam memenuhi kewajiban pajak. Temuan ini memperkuat teori <i>Planned Behavior</i> dan teori kepatuhan, yang menegaskan bahwa sikap sadar, pengetahuan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				memadai, dan persepsi terhadap sanksi yang adil dapat mendorong perilaku patuh pajak di kalangan pelaku UMKM.
3.	Afeni Maxuel, dan Anita Primastiwi, 2021	“Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM <i>E-Commerce</i>” Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis	Kuantitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berperan penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM <i>e-commerce</i> , sementara sanksi perpajakan tidak memberikan pengaruh signifikan, Sebaliknya, sanksi perpajakan dinilai tidak cukup efektif mendorong kepatuhan karena rendahnya persepsi risiko dan adanya kecenderungan wajib pajak untuk menganggap konsekuensi pelanggaran tidak terlalu merugikan.
4.	Ade Asriny Y Tanggu (2021)	“Pengaruh <i>Tax Awareness Tax Morale</i> Dan Sanksi Perpajakan Terhadap	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa meningkatnya tax awareness, tingginya tax

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Di Kota Yogyakarta” Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan		morale, dan diterapkannya sanksi perpajakan yang tegas berkontribusi langsung pada naiknya kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Yogyakarta. Ketiga variabel tersebut terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan, menandakan bahwa pemahaman yang baik, motivasi moral untuk taat, serta adanya konsekuensi hukum yang jelas mampu memperkuat kepatuhan sukarela.
5.	Endiana et al. (2021)	<i>“Tax Morale and Trust in the Indonesian Tax System”</i> <i>International Journal of Business, Economics & Management</i>	Kuantitatif	Kepercayaan terhadap sistem perpajakan berpengaruh positif terhadap <i>tax morale</i> dan kesadaran membayar pajak. Semakin tinggi kepercayaan masyarakat terhadap integritas aparat pajak, semakin tinggi pula kepatuhan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				sukarela wajib pajak.
6.	AD Rosilawati Shafaruddin et al. (2022)	<i>“The Influence of Tax Fairness Dimensions on Tax Compliance Behavior of the Middle Income Group”</i> <i>Management & Accounting Review</i>	Kuantitatif	Penelitian ini menemukan bahwa dimensi <i>fairness</i> seperti <i>exchange with the government</i>, <i>tax rate fairness</i>, dan <i>self-interest</i> berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku kepatuhan pajak. Artinya, wajib pajak akan lebih patuh apabila mereka merasa tarif pajak layak, memperoleh manfaat dari pajak, dan memiliki kepentingan pribadi untuk menaati aturan, <i>general fairness</i> dan <i>special provisions</i> berpengaruh signifikan, menandakan bahwa persepsi umum tentang keadilan sistem cukup kuat untuk memengaruhi kepatuhan tanpa adanya manfaat nyata dan tarif yang dianggap proporsional.

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
7.	Simanjuntak & Sudjiman (2023)	“Pengaruh Moralitas Pajak, Nasionalisme, dan Kepercayaan terhadap Kepatuhan Pajak” Innovative: Journal of Social Science Research	Kuantitatif	moralitas pajak (<i>tax morale</i>) dan kepercayaan terhadap otoritas pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan pajak. Faktor nasionalisme memperkuat hubungan moralitas dengan kepatuhan, menunjukkan bahwa dimensi nilai sosial dan kepercayaan publik berperan penting dalam kepatuhan wajib pajak Indonesia.
8.	Appiah et al. (2024)	<i>“Tax Knowledge, Trust in Government and Voluntary Tax Compliance: Insights from an Emerging Economy”</i> <i>Cogent Business & Management</i>	Kuantitatif	Pengetahuan pajak (<i>tax knowledge</i>) berpengaruh positif terhadap kepatuhan sukarela, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepercayaan terhadap pemerintah. Wajib pajak dengan literasi pajak tinggi lebih cenderung patuh tanpa paksaan.

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				Hasil ini menegaskan peran penting edukasi pajak dalam membangun trust dan moral pajak.
9.	Linawati & Djaddang (2024)	<i>“Tax Compliance Berbasis Slippery Slope Model: A Systematic Literature Review of Correlations”</i> <i>Jurnal Greenation Ilmu Akuntansi (JGIA)</i>	<i>Systematic Literature Review (SLR)</i>	Menyimpulkan bahwa model <i>SSF</i> tetap relevan untuk menjelaskan perilaku kepatuhan pajak. Kepercayaan (<i>trust</i>) meningkatkan kepatuhan sukarela melalui hubungan yang kooperatif, sedangkan kekuasaan (<i>power</i>) menjaga kepatuhan terpaksa melalui pengawasan. Pendekatan yang menggabungkan keduanya lebih efektif daripada penegakan hukum semata. Disarankan penggunaan strategi edukatif dan pembangunan kepercayaan dalam sistem pajak modern.
10.	Zahra Arifiana & Slamet Wahyudi (2025)	<i>“Voluntary Disclosure Programs, Tax</i>	Kuantitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>tax</i>

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>Morale, and Tax Penalties and Their Influence on Individual Taxpayer Compliance”</i> Jurnal Sentralisasi		<i>morale, tax penalties, dan voluntary disclosure</i> program berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Temuan ini menegaskan bahwa moral pajak yang kuat, sanksi yang tegas, serta adanya program pengungkapan sukarela dapat meningkatkan kepatuhan secara bersamaan. Efek gabungan ini menunjukkan bahwa peningkatan kepatuhan tidak hanya berasal dari hukuman, tetapi juga dari kesediaan sukarela wajib pajak untuk jujur.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu pada Tabel 2.1, dapat diketahui bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya tax morale, keadilan pajak (tax fairness), sanksi pajak, pengetahuan perpajakan, kepercayaan terhadap pemerintah, hingga program perpajakan tertentu seperti voluntary disclosure program. Sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa tax morale dan persepsi keadilan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib

pajak karena mampu meningkatkan kepercayaan dan kesadaran sukarela dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Di sisi lain, sanksi pajak juga terbukti berperan dalam meningkatkan kepatuhan melalui mekanisme penegakan hukum, meskipun efektivitasnya bergantung pada konsistensi serta persepsi wajib pajak terhadap keadilan penerapannya.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa perbedaan dan keterbatasan pada penelitian terdahulu. Sebagian besar penelitian dilakukan pada wajib pajak UMKM, pelaku usaha konvensional, maupun wajib pajak orang pribadi secara umum, sehingga karakteristik responden yang diteliti masih berbeda dengan profesi content creator yang memiliki sumber pendapatan digital, bersifat independen, serta memperoleh penghasilan dari berbagai platform media sosial. Selain itu, beberapa penelitian hanya menguji satu atau dua variabel, seperti tax morale dan sanksi pajak, tax fairness dan kepatuhan, maupun pengetahuan perpajakan dan kepercayaan terhadap pemerintah, sehingga belum banyak penelitian yang menguji tax morale, keadilan pajak, dan sanksi pajak secara simultan dalam satu model penelitian.

Perbedaan lainnya terletak pada penggunaan landasan teori. Sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan Theory of Planned Behavior, teori kepatuhan, maupun deterrence theory sebagai dasar dalam menjelaskan perilaku kepatuhan wajib pajak. Sementara itu, penelitian yang menggunakan Slippery Slope Framework masih relatif terbatas dan umumnya berupa kajian konseptual atau systematic literature review, sehingga belum banyak penelitian empiris yang menerapkan teori tersebut pada profesi berbasis ekonomi digital.

Berdasarkan perbedaan tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan dengan memfokuskan objek penelitian pada content creator di Kota Malang sebagai bagian dari pelaku ekonomi digital yang memiliki karakteristik pendapatan dan pola kerja yang berbeda dengan wajib pajak konvensional. Penelitian ini juga mengintegrasikan variabel tax morale, keadilan pajak, dan sanksi pajak dalam satu model empiris dengan menggunakan Slippery Slope Framework sebagai landasan teori utama. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti

empiris yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak content creator sekaligus memperluas penerapan Slippery Slope Framework dalam konteks ekonomi digital di Indonesia.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 *Slippery Slope Framework*

Konsep *Slippery Slope Framework* (SSF) pertama kali diperkenalkan oleh Erich Kirchler, Erik Hoelzl, dan Ingrid Wahl pada tahun 2008 melalui artikel berjudul “*Enforced versus Voluntary Tax Compliance: The Slippery Slope Framework*” yang dimuat dalam *Journal of Economic Psychology*. Teori ini menjelaskan bahwa kepatuhan pajak tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi seperti adanya sanksi atau pemeriksaan, tetapi juga oleh aspek psikologis dan sosial. Dua hal yang dianggap penting adalah kepercayaan masyarakat terhadap otoritas pajak (*Trust in Authorities*) serta kekuatan yang dimiliki otoritas pajak (*Power of Authorities*) dalam menjalankan kewenangan (Kirchler et al., 2008). Kirchler dan koleganya menolak pandangan klasik model deterrence milik Becker (1968) dan Allingham & Sandmo (1972) yang menekankan hukuman dan probabilitas pemeriksaan sebagai pendorong utama kepatuhan. Menurut mereka, model ekonomi tradisional gagal menjelaskan mengapa sebagian besar wajib pajak tetap patuh meskipun peluang ketahuan menghindari pajak rendah (Kirchler, 2008). SSF menggabungkan pendekatan ekonomi dan psikologi sosial untuk menjelaskan dinamika perilaku kepatuhan pajak secara lebih komprehensif.

Inti dari teori *Slippery Slope Framework* (SSF) adalah bahwa kepatuhan pajak ditentukan oleh hubungan antara kepercayaan dan kekuasaan. *Trust in authorities* merujuk pada tingkat keyakinan wajib pajak bahwa otoritas pajak bertindak secara adil, transparan, serta menggunakan penerimaan pajak untuk kepentingan masyarakat.

Sementara itu, *power of authorities* menggambarkan sejauh mana otoritas pajak memiliki kemampuan untuk menegakkan aturan melalui pemeriksaan, pemberian denda, maupun sanksi administratif. (Christoph Kogler et al., 2023). Teori ini memetakan dua jalur kepatuhan yakni *Voluntary compliance*, yaitu kepatuhan yang muncul karena rasa tanggung jawab moral, kepercayaan, dan persepsi keadilan dan *Enforced compliance*, yaitu kepatuhan karena rasa takut terhadap hukuman atau pengawasan (Kirchler, 2007). Hubungan ideal yang ingin dibangun oleh SSF adalah kondisi *high trust high power*, di mana wajib pajak tidak hanya taat karena paksaan, tetapi juga karena kesadaran dan kepercayaan terhadap validitas otoritas (Kogler et al., 2015). Teori ini menekankan keseimbangan antara penegakan hukum dan pendekatan kooperatif dalam sistem perpajakan.

Slippery Slope Framework penting karena menjelaskan bahwa kepatuhan pajak tidak bisa dicapai hanya melalui penegakan sanksi, tetapi juga dengan membangun kepercayaan antara pemerintah dan wajib pajak (Kogler et al., 2015) Pada penelitian ini, teori SSF sangat relevan untuk menganalisis kepatuhan wajib pajak *content creator* di Kota Malang, di mana otoritas pajak perlu menyeimbangkan antara edukasi, pelayanan, dan pengawasan. Kepercayaan publik terhadap otoritas pajak di era digital menjadi penting karena transaksi digital bersifat lintas platform dan sulit diawasi. Kerangka SSF dapat menjelaskan bagaimana *trust* yang kuat akan meningkatkan *tax morale* dan kepatuhan sukarela, sedangkan *power* berupa sanksi yang tegas memastikan tidak ada peluang untuk menghindar (Linawati & Djaddang, 2024)

Keberhasilan sistem perpajakan tergantung pada persepsi wajib pajak terhadap dua hal utama yakni legitimasi moral pemerintah dan kekuatan penegakan hukum (Kogler et al., 2015). Sementara itu, Gangl, Hofmann, dan Kirchler menambahkan bahwa kepatuhan dapat ditingkatkan ketika otoritas pajak memposisikan diri bukan sebagai

penegak hukum yang menakutkan, tetapi sebagai rekan kerja yang dapat dipercaya. (Kirchler et al., 2008). Penerapan SSF menuntut adanya kebijakan yang adil, transparan, dan berbasis kepercayaan. Ketika wajib pajak memandang kebijakan pemerintah tidak adil, maka *trust* menurun dan efek *power* menjadi negatif terhadap kepatuhan pajak. Sebaliknya, *trust* yang tinggi justru memperkuat efek positif *power* terhadap kepatuhan sukarela. Disepakati bahwa *trust* berperan sebagai mediator yang menjembatani antara kebijakan penegakan hukum (*power*) dengan moralitas dan kepatuhan wajib pajak (*tax morale*). (Supriyati et al., 2024)

Dalam penelitian ini, *Slippery Slope Framework* berperan menjelaskan mekanisme hubungan antara variabel independen dan dependen. *Tax Morale* berkaitan langsung dengan jalur *trust* dalam SSF. Semakin tinggi moralitas pajak seseorang, semakin besar kepercayaan dan kepatuhan sukarela terhadap otoritas. Keadilan Pajak memperkuat *trust* dalam SSF, karena persepsi adil meningkatkan moral otoritas pajak dan mendorong kepatuhan tanpa paksaan (Alexander Phyllis & Balavac-Orlic Merima, 2022). Sanksi Pajak merepresentasikan *power* dalam SSF, berperan sebagai mekanisme pengendalian eksternal yang menjaga kepatuhan wajib pajak melalui efek jera (Becker & Landes, 1974; Christoph Kogler et al., 2023). Hubungan antarvariabel ini juga sesuai dengan pandangan Linawati (2024) dan Appiah (2024) yang menunjukkan bahwa kombinasi antara *trust* dan *power* mampu menghasilkan tingkat kepatuhan tertinggi, baik sukarela maupun terpaksa. Berdasarkan hal tersebut, teori *Slippery Slope Framework* menjadi dasar konseptual utama dalam penelitian ini karena mampu menjelaskan keterkaitan yang luas dan beragam antara moralitas pajak, keadilan, sanksi, dan kepatuhan. SSF menegaskan bahwa membangun kepatuhan tidak hanya melalui ancaman sanksi, tetapi juga melalui peningkatan kepercayaan dan legitimasi moral. (Linawati & Djaddang, 2024; Thomas Appiah et al., 2024)

2.2.2 Tax Morale

Tax morale merupakan konsep psikologis yang menggambarkan motivasi intrinsik individu untuk membayar pajak secara sukarela berdasarkan nilai moral dan kesadaran sosial. Moralitas pajak adalah prinsip atau nilai etika yang membuat seseorang merasa bertanggung jawab secara moral untuk membayar pajak dengan jujur dan lengkap. Konsep ini berkaitan dengan keyakinan dan sikap tentang bagaimana seseorang memandang kewajiban mereka dalam berkontribusi kepada negara. Moralitas pajak tidak hanya mencerminkan integritas pribadi, tetapi juga berhubungan dengan keadilan sosial dan pemerataan sumber daya dalam masyarakat (Mitu, 2020). Kirchler menegaskan bahwa moralitas pajak berakar pada persepsi keadilan, kejujuran, dan kepercayaan terhadap otoritas pajak (Erich Kirchler, 2007). Ketika wajib pajak menilai pemerintah menggunakan pajak secara benar, rasa tanggung jawab moral mereka meningkat. Pandangan ini sejalan dengan konsep *Psychological Tax Contract* oleh (Feld & Frey, 2007), yang menyatakan bahwa hubungan antara negara dan wajib pajak bersifat psikologis dan moral, bukan sekadar hukum.

Tax morale bukan hanya ukuran etika pribadi, tetapi juga refleksi dari hubungan sosial antara warga negara dan otoritas pajak yang dibangun atas dasar kepercayaan, transparansi, dan keadilan. Menurut Torgler, *tax morale* merupakan konstruk psikologis yang dibentuk oleh tiga dimensi utama, yaitu kepercayaan terhadap pemerintah dan otoritas pajak, persepsi mengenai keadilan sistem perpajakan, serta norma sosial dan motivasi intrinsik untuk patuh. Dimensi pertama menekankan bahwa tingkat kepercayaan individu terhadap kualitas layanan publik dan integritas pemerintah berperan penting dalam membentuk moralitas pajak. Dimensi kedua berkaitan dengan penilaian wajib pajak terhadap keadilan prosedural maupun distributif dalam sistem perpajakan. Sementara itu, dimensi ketiga mencakup nilai moral internal, norma

kewarganegaraan, serta dorongan pribadi untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela. Penelitian ini menggunakan indikator moralitas pajak yang diadopsi dari dimensi-dimensi tersebut.

Dalam *Slippery Slope Framework (SSF)*, *tax morale* berperan dalam membentuk jalur kepercayaan (*trust path*). Model ini menjelaskan bahwa kepercayaan terhadap otoritas pajak tidak hanya lahir dari transparansi dan keadilan sistem, tetapi juga dari moralitas internal wajib pajak (Kirchler, Kogler, & Muehlbacher, 2014). Individu dengan moral pajak tinggi akan lebih percaya pada legitimasi pemerintah dan cenderung patuh secara sukarela tanpa perlu pengawasan ketat (Gangl et al., 2020). Cummings et al. (2009) menyebut *tax morale* sebagai “*the moral glue between taxpayers and the state*”, yakni perekat moral yang menghubungkan negara dan masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, moralitas pajak mencerminkan kesadaran para *content creator* di Kota Malang untuk membayar pajak sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan kontribusi terhadap pembangunan, bukan sekadar kewajiban administratif. Sehingga, *tax morale* memperkuat jalur trust dalam *SSF* dan menjadi salah satu faktor utama yang meningkatkan *voluntary tax compliance*.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa moralitas pajak (*tax morale*) berperan penting dalam meningkatkan kepatuhan pajak. Simanjuntak & Sudjiman (2023) menemukan bahwa moralitas pajak serta kepercayaan terhadap otoritas pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak di Kota Malang. Temuan serupa disampaikan oleh Endiana et al. (2021), yang menegaskan bahwa kepercayaan terhadap sistem perpajakan dapat mendorong peningkatan moral pajak sekaligus kesadaran untuk patuh. Penelitian lain oleh Alexander & Balavac-Orlic (2022) menunjukkan bahwa persepsi mengenai keadilan dan tingkat literasi keuangan mampu memperkuat moral pajak. Sementara itu, Appiah et al. (2024) membuktikan bahwa

moralitas pajak berhubungan positif dengan kepatuhan sukarela, terutama melalui peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

2.2.3 Keadilan Pajak

Keadilan pajak (*tax fairness*) merupakan persepsi wajib pajak terhadap sejauh mana sistem perpajakan dijalankan secara adil, proporsional, dan tidak diskriminatif. Menurut Erich Kirchler (2007), persepsi keadilan dalam perpajakan berkaitan dengan bagaimana wajib pajak menilai perlakuan pemerintah dalam proses pemungutan pajak serta manfaat yang diterima dari pengeluaran publik. *Tax fairness* menekankan keseimbangan antara kewajiban individu membayar pajak dan pelayanan yang diberikan negara kepada masyarakat. Keadilan pajak juga dapat diartikan sebagai wujud dari kontrak sosial antara negara dan warga negara. Menurut Feld & Frey (2007), sistem pajak yang adil membangun rasa saling percaya (*reciprocal trust*), di mana wajib pajak rela berkontribusi karena yakin bahwa negara memperlakukan mereka secara adil dan bertanggung jawab dalam mengelola dana publik. Dalam *Slippery Slope Framework* (SSF), *tax fairness* berfungsi sebagai faktor pembentuk dan penguat jalur kepercayaan (*trust path*). Menurut Kirchler, Kogler, dan Muehlbacher (2014), kepercayaan terhadap otoritas pajak tidak muncul secara otomatis, melainkan dibangun melalui persepsi bahwa kebijakan pajak dijalankan secara adil dan transparan. Ketika wajib pajak merasa sistem perpajakan adil, mereka lebih cenderung percaya dan patuh secara sukarela tanpa harus diawasi ketat (Gangl et al., 2020). Keadilan pajak juga menjadi elemen yang menyeimbangkan hubungan antara *trust* dan *power*. Kekuasaan yang dijalankan secara adil akan memperkuat kepercayaan, sedangkan kekuasaan yang dianggap sewenang-wenang justru menurunkannya. Dalam SSF, *tax fairness* memegang peran untuk memastikan kekuasaan

otoritas pajak tetap memiliki legitimasi moral di mata masyarakat (Maharani et al., 2021)

Dalam penelitian ini, *tax fairness* dipandang sebagai faktor yang memengaruhi kepercayaan wajib pajak digital terutama para content creator terhadap Direktorat Jenderal Pajak. Persepsi bahwa sistem perpajakan digital dijalankan dengan adil dan proporsional akan meningkatkan kepatuhan sukarela dan kesediaan mereka untuk melaporkan pendapatan secara jujur. Persepsi keadilan pajak terdiri dari tiga dimensi utama, yaitu *Distributive Fairness*, *Procedural Fairness*, dan *Retributive Fairness* (Wenzel, 2017). Keadilan distributif berkaitan dengan evaluasi wajib pajak terhadap pembagian beban pajak yang dianggap proporsional dan sesuai kemampuan. Keadilan prosedural menekankan bagaimana proses pemungutan dan administrasi pajak dipersepsikan transparan, konsisten, serta memperlakukan wajib pajak secara setara. Sementara itu, keadilan retributif menyangkut keyakinan bahwa pelanggaran pajak diberikan sanksi yang wajar, konsisten, dan setimpal (Farrar et al., 2020). Penelitian ini menggunakan indikator keadilan pajak yang diadopsi dari dimensi-dimensi yang dikemukakan oleh Wenzel.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keadilan pajak berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan kepatuhan wajib pajak. Alexander & Balavac-Orlic (2022) menemukan bahwa persepsi keadilan meningkatkan *tax morale* dan kepatuhan, terutama pada individu dengan literasi keuangan tinggi. Appiah et al. (2024) juga membuktikan bahwa pengetahuan pajak dan persepsi keadilan berpengaruh positif terhadap kepercayaan terhadap pemerintah, yang kemudian meningkatkan kepatuhan sukarela. Hasil serupa ditunjukkan oleh Simanjuntak & Sudjiman (2023), di mana persepsi terhadap keadilan fiskal berperan signifikan dalam memperkuat moralitas dan kepercayaan wajib pajak di Kota Malang. Maka dari itu keadilan pajak terbukti menjadi faktor yang

secara konsisten memperkuat hubungan positif antara *trust* dan *compliance*, baik di konteks internasional maupun nasional.

2.2.4 Sanksi Pajak

Sanksi pajak merupakan instrumen hukum yang dikenakan kepada wajib pajak ketika terjadi pelanggaran terhadap ketentuan perpajakan, baik karena kelalaian maupun tindakan yang disengaja. Menurut Mardiasmo (2019), sanksi pajak berfungsi sebagai jaminan agar peraturan perpajakan dipatuhi oleh wajib pajak. Selain itu, sanksi juga berperan sebagai alat pencegah agar wajib pajak tidak melakukan pelanggaran terhadap aturan yang berlaku. Secara teoritis, konsep sanksi pajak berakar dari *Deterrence Theory* yang dikemukakan oleh Becker (1968) dan dikembangkan oleh Allingham & Sandmo (1972). Teori ini berasumsi bahwa individu akan mematuhi pajak jika manfaat menghindari pajak lebih kecil dibanding risiko dan biaya dari sanksi yang akan diterima. Dengan kata lain, kepatuhan terjadi karena pertimbangan rasional terhadap peluang pemeriksaan dan besaran denda yang dikenakan. Namun, pendekatan murni ekonomi ini dinilai terlalu sempit karena mengabaikan faktor moral dan sosial. Teori *Slippery Slope Framework (SSF)* menggabungkan kepercayaan dan persepsi keadilan untuk melengkapi efek pencegahan dari sanksi (Gangl et al., 2020; Kirchler et al., 2014). Menurut Mardiasmo (2019), sanksi pajak mencakup beberapa aspek, yaitu ketegasan sanksi, kepastian penerapan sanksi, dan kecepatan penegakan sanksi. Ketegasan menggambarkan tingkat beratnya sanksi untuk menimbulkan efek jera, kepastian merujuk pada jaminan bahwa setiap pelanggaran akan dikenai sanksi, sedangkan kecepatan menunjukkan bagaimana sanksi segera diberikan setelah pelanggaran terjadi. Penelitian ini mengadopsi aspek-aspek tersebut sebagai dasar dalam penyusunan indikator sanksi pajak.

Dalam kerangka *Slippery Slope Framework* (SSF), sanksi pajak merepresentasikan jalur kekuasaan (*power path*). Jalur ini menjelaskan bagaimana otoritas pajak menggunakan wewenangnya untuk memastikan kepatuhan melalui pengawasan, audit, dan penegakan hukum (Kirchler et al., 2014). Menurut Gangl *et al.* (2019), kekuasaan yang dijalankan secara proporsional dan adil akan memperkuat kepercayaan (*trust*) wajib pajak terhadap otoritas. Namun, kekuasaan yang bersifat menekan tanpa legitimasi justru dapat menimbulkan resistensi dan mengurangi kepatuhan sukarela. Teori *Slippery Slope Framework* menekankan keseimbangan antara *power* dan *trust* sanksi tetap penting, tetapi penerapannya harus disertai transparansi dan keadilan agar tidak merusak kepercayaan publik. Pada wajib pajak *content creator* di Kota Malang, sanksi pajak menjadi faktor yang menumbuhkan kesadaran untuk patuh di tengah minimnya pengawasan langsung. Penerapan sanksi yang tegas terhadap pelanggaran pajak digital dapat memberikan efek jera, sekaligus memperkuat legitimasi pemerintah jika dijalankan secara konsisten dan adil (Linawati & Djaddang, 2024).

Penelitian empiris menunjukkan bahwa sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepercayaan terhadap otoritas pajak. Simanjuntak & Sudjiman (2023) menemukan bahwa persepsi terhadap ketegasan sanksi pajak meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui mekanisme kontrol eksternal. Linawati & Djaddang (2024), menyatakan bahwa meskipun kekuasaan bersifat koersif, jika dijalankan secara transparan dan adil, justru dapat meningkatkan rasa percaya dan kepatuhan sukarela. Sebaliknya, penelitian Endiana *et al.* (2021) menunjukkan bahwa sanksi yang diterapkan secara berlebihan dapat menimbulkan ketidakpuasan dan resistensi, yang menurunkan moral dan kepercayaan terhadap pemerintah. Hal ini menegaskan bahwa efektivitas sanksi tidak hanya

bergantung pada beratnya hukuman, tetapi juga pada persepsi keadilan dan legitimasi penerapannya.

2.2.5 Kepatuhan Pajak

Kepatuhan pajak adalah sikap dan tindakan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajaknya sesuai aturan yang berlaku. James dan Alley (2004) menjelaskan bahwa kepatuhan pajak berarti sejauh mana wajib pajak mau mengikuti hukum dan aturan perpajakan, baik karena kesadaran sendiri maupun karena adanya kewajiban. Kirchler (2007) membagi kepatuhan pajak menjadi dua jenis: kepatuhan sukarela, yaitu ketika wajib pajak patuh karena rasa percaya dan moral, serta kepatuhan terpaksa, yaitu ketika wajib pajak patuh karena takut diawasi atau terkena sanksi. Pembagian ini menjadi dasar dalam *Slippery Slope Framework (SSF)* yang melihat bagaimana kepercayaan dan kekuasaan otoritas pajak memengaruhi perilaku kepatuhan. Mardiasmo (2019) juga menyebutkan bahwa kepatuhan pajak adalah kondisi ketika wajib pajak menjalankan semua kewajiban pajaknya dengan benar, lengkap, dan tepat waktu. Penjelasan ini menegaskan bahwa kepatuhan bukan hanya soal kewajiban administratif, tetapi juga soal rasa tanggung jawab. Menurut Kirchler (2007), kepatuhan pajak dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu kepercayaan (*trust*) dan kekuatan otoritas pajak (*power of authorities*). Kepercayaan berarti wajib pajak yakin bahwa pemerintah dan petugas pajak bekerja transparan dan mengelola pajak untuk kepentingan masyarakat. Sementara itu, kekuatan otoritas menunjukkan seberapa kuat pengawasan, penegakan aturan, dan pemberian sanksi oleh pihak pajak. Kedua faktor ini saling berinteraksi dan membentuk perilaku kepatuhan, baik yang muncul karena kesadaran maupun karena tekanan dari luar.

Pada kerangka *Slippery Slope Framework (SSF)*, kepatuhan pajak dipandang sebagai hasil dari interaksi antara *trust* dan *power*.

Menurut Kirchler, Kogler, dan Muehlbacher (2014), kepatuhan tidak dapat dicapai hanya dengan memperkuat sanksi atau kekuasaan otoritas pajak, tetapi juga harus dibangun melalui kepercayaan wajib pajak terhadap sistem yang adil dan transparan. *Trust path* menciptakan kepatuhan yang bersifat sukarela karena wajib pajak memiliki keyakinan bahwa pajak digunakan untuk kepentingan publik, sedangkan *power path* menciptakan kepatuhan terpaksa melalui pengawasan dan penegakan hukum (Gangl et al., 2020). Dalam konteks SSF, kondisi ideal dicapai ketika keduanya berada pada tingkat tinggi *high trust high power* kemudian wajib pajak mematuhi aturan bukan hanya karena takut sanksi, tetapi juga karena rasa tanggung jawab moral dan kepercayaan terhadap otoritas. Dalam penelitian ini, kepatuhan wajib pajak digital, khususnya content creator di Kota Malang, dipengaruhi oleh bagaimana mereka memandang keadilan, sanksi, dan moralitas pajak dalam konteks sistem perpajakan digital. SSF menjelaskan bahwa kepatuhan yang berkelanjutan akan terbentuk apabila otoritas pajak berhasil menyeimbangkan kekuasaan penegakan hukum dengan pembinaan kepercayaan publik.

Penelitian oleh Simanjuntak & Sudjiman (2023) menjelaskan bahwa moralitas pajak dan keadilan fiskal berperan penting dalam mendorong kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Darmayasa *et al.* (2024) juga menemukan bahwa dalam konteks kebijakan amnesti pajak, transparansi dan keadilan pemerintah memperkuat kepercayaan dan berdampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian Hayati & Furqon (2024) memperluas temuan tersebut dalam ekonomi digital, di mana kepercayaan dan kejelasan regulasi menjadi faktor dominan dalam meningkatkan kepatuhan pelaku usaha digital. Hasil-hasil penelitian terdahulu menegaskan bahwa kepatuhan pajak tidak hanya ditentukan oleh keberadaan sanksi, tetapi juga oleh moralitas, keadilan, dan tingkat kepercayaan wajib pajak terhadap pemerintah.

2.2.6 Integrasi Keislaman

Dalam agama Islam diajarkan untuk menjaga kejujuran, amanah, keadilan, serta ketertiban dalam mengelola harta. Nilai-nilai ini bukan hanya mengatur hubungan seorang muslim dengan Allah, tetapi juga mengatur tanggung jawab sosial yang berkaitan dengan kewajiban finansial dan kontribusi terhadap kepentingan umum yang merujuk pada QS. Al-Baqarah ayat 188, yang berbunyi:

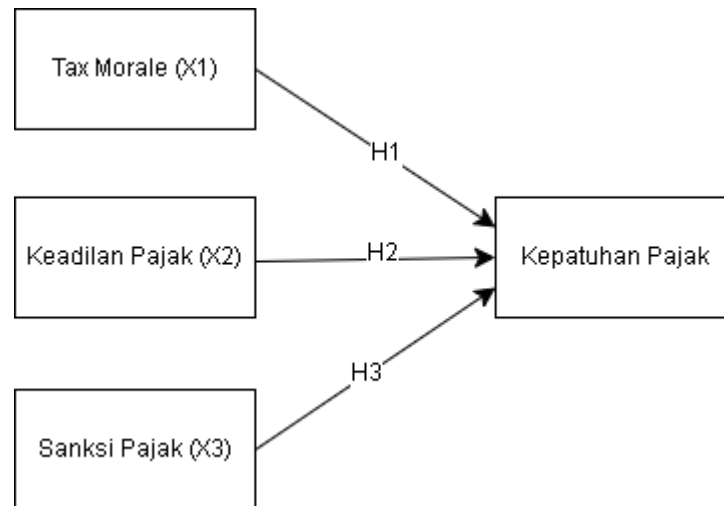
وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ
أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ^ع

“Janganlah kamu memakan harta di antara kamu dengan cara yang batil, dan janganlah kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain secara dosa, padahal kamu mengetahui.” (QS. Al-Baqarah:188)

Ayat ini menegaskan pentingnya menjaga kejujuran, amanah, dan keadilan dalam setiap bentuk pengelolaan harta. Islam memandang bahwa segala aktivitas ekonomi harus dilakukan secara transparan dan tidak merugikan orang lain, termasuk dalam hal kewajiban kepada negara. Larangan berlaku curang serta peringatan atas tindakan yang batil menunjukkan bahwa setiap individu dituntut untuk memperlakukan harta dengan cara yang benar, bertanggung jawab, dan selaras dengan prinsip kemaslahatan. Nilai-nilai tersebut sejalan dengan esensi kepatuhan dalam konteks perpajakan. Ketika seseorang menjaga kejujuran dalam mengelola pendapatannya dan meyakini pentingnya keadilan dalam distribusi harta publik, maka kepatuhan terhadap aturan negara menjadi bagian dari etika bermuamalah. Dalam perspektif ini, pemenuhan kewajiban pajak bukan hanya persoalan administratif, tetapi juga wujud tanggung jawab moral dan sosial. Hal ini relevan terutama bagi profesi

modern seperti content creator, yang memiliki kemandirian tinggi dalam mengatur pendapatan dan dituntut untuk menata kewajiban fiskalnya dengan penuh integritas.

2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah dijabarkan, hipotesis dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

2.4.1 Pengaruh *Tax Morale* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* di Kota Malang.

Penelitian oleh Appiah et al. (2024) menunjukkan bahwa moralitas pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak melalui peningkatan kepercayaan terhadap pemerintah. Hasil yang sama ditemukan oleh Simanjuntak & Sudjiman (2023) yang menjelaskan bahwa kesadaran moral wajib pajak berperan penting dalam meningkatkan kepatuhan sukarela di Indonesia. Selain itu, Endiana et al. (2021) menegaskan bahwa wajib pajak dengan tingkat moralitas tinggi cenderung patuh walaupun pengawasan rendah, karena adanya rasa

tanggung jawab sosial dan kepercayaan terhadap legitimasi otoritas pajak. Maka dari itu hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa moralitas pajak berpengaruh terhadap perilaku kepatuhan pajak melalui peningkatan rasa percaya dan tanggung jawab moral wajib pajak. Maka dari berbagai penelitian terdahulu yang telah dilakukan, diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H1 = *Tax Morale* berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator di Kota Malang.

2.4.2 Pengaruh Keadilan Pajak (*Tax Fairness*) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator di Kota Malang

Penelitian Alexander & Balavac-Orlic (2022) menunjukkan bahwa persepsi keadilan meningkatkan rasa percaya dan moralitas pajak, yang berdampak pada peningkatan kepatuhan. Di Indonesia, Darmayasa et al. (2024) menemukan bahwa persepsi terhadap keadilan fiskal dan transparansi pemerintah meningkatkan kepercayaan terhadap sistem pajak dan berdampak positif pada kepatuhan wajib pajak. Appiah et al. (2024) juga membuktikan bahwa keadilan kebijakan dan kejelasan peraturan pajak secara signifikan mempengaruhi kepatuhan melalui peningkatan legitimasi otoritas. Selain itu, Linawati & Djaddang (2024) menegaskan bahwa persepsi keadilan berperan penting dalam mengurangi resistensi wajib pajak terhadap peraturan baru, khususnya dalam konteks ekonomi digital. Hasil ini memperkuat pandangan bahwa rasa keadilan merupakan komponen penting dari trust path dalam SSF. Maka dari berbagai penelitian terdahulu yang telah dilakukan, diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H2= Keadilan Pajak (*Tax Fairness*) berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator di Kota Malang.

2.4.3 Pengaruh Sanksi Pajak (*Tax Sanction*) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* di Kota Malang

Penelitian Simanjuntak & Sudjiman (2023) menunjukkan bahwa persepsi terhadap ketegasan dan keadilan sanksi meningkatkan kepatuhan melalui mekanisme kontrol hukum. Linawati & Djaddang (2024) juga menemukan bahwa sanksi yang diterapkan secara konsisten dan transparan mampu meningkatkan kepercayaan publik serta memotivasi wajib pajak untuk patuh. Hasil serupa ditemukan oleh Darmayasa et al. (2024) yang menegaskan bahwa penegakan hukum yang tegas namun adil menciptakan efek jera dan meningkatkan kepatuhan sukarela. Sedangkan, Endiana et al. (2021) mengingatkan bahwa penerapan sanksi yang terlalu keras tanpa transparansi justru menurunkan moralitas dan kepercayaan, sehingga efektivitas sanksi bergantung pada persepsi keadilannya. Hal ini sejalan dengan prinsip SSF bahwa kekuasaan harus dijalankan dengan otoritas moral agar menghasilkan kepatuhan yang berkelanjutan. Maka dari berbagai penelitian terdahulu yang telah dilakukan, diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H3 = Sanksi Pajak (*Tax Sanction*) berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* di Kota Malang.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif didasarkan pada pemikiran bahwa suatu fenomena perlu dijelaskan menggunakan data yang jelas, terukur, dan objektif. Pendekatan ini melihat bahwa realitas sosial dapat diukur dengan angka, dianalisis secara statistik, dan hasilnya dapat digunakan untuk menarik kesimpulan yang lebih luas. Sugiyono (2020) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif dilakukan pada populasi atau sampel tertentu, menggunakan instrumen yang sudah distandarkan sebagai alat pengumpulan data, dan data yang diperoleh kemudian diolah secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya.

Penelitian ini memakai pandangan bahwa data dan fakta penting, tapi tidak selalu sempurna, jadi peneliti perlu menguji, mengkritisi, dan memeriksa hasilnya dengan lebih teliti. Sebagaimana dijelaskan oleh Creswell (2018), yang menekankan bahwa penelitian kuantitatif bertujuan menguji teori dengan cara mengidentifikasi hubungan antarvariabel yang dapat diukur. Penelitian dimulai dari teori atau konsep umum terlebih dahulu, lalu diturunkan menjadi hipotesis, kemudian diuji memakai data, kemudian menguji kebenarannya melalui analisis data empiris. Sehingga hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pembuktian terhadap teori atau model konseptual yang telah dibangun sebelumnya. Menurut Sekaran dan Bougie (2016), penelitian kuantitatif umumnya digunakan dalam konteks riset bisnis dan sosial untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang hubungan sebab-akibat antarvariabel yang memengaruhi fenomena tertentu. Jenis penelitian asosiatif kausal dipilih karena bertujuan menjelaskan pengaruh dan arah hubungan antara tax morale, keadilan pajak, dan sanksi pajak (variabel independen) terhadap kepatuhan wajib (variabel dependen).

Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian tidak hanya berusaha menggambarkan kondisi yang terjadi, tetapi juga menguji hubungan empiris yang telah dirumuskan dalam hipotesis berdasarkan teori *Slippery Slope Framework* (SSF). Melalui pendekatan kuantitatif dan metode survei, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepatuhan pajak di kalangan content creator sebagai wajib pajak dalam ekonomi digital.

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2020), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian kuantitatif tidak selalu harus dinyatakan dalam jumlah numerik yang pasti, terutama apabila objek penelitian bersifat dinamis, tersebar luas, dan sulit diidentifikasi secara administratif. Populasi dalam penelitian ini adalah content creator di kota Malang yang memperoleh penghasilan dari aktivitas digital melalui platform media sosial seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan platform digital lainnya, serta berpotensi atau telah memenuhi kriteria sebagai wajib pajak orang pribadi. Content creator dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki karakteristik pendapatan yang relatif fluktuatif, bersifat independen, dan tidak terikat pada struktur organisasi formal, sehingga tingkat kepatuhan pajaknya dipengaruhi oleh faktor perilaku dan persepsi.

Karena tidak tersedia data resmi mengenai jumlah content creator yang aktif dan berpenghasilan di kota Malang, serta sulitnya mengidentifikasi populasi secara pasti, maka penelitian ini tidak menggunakan pendekatan populasi numerik. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik non-probability sampling. Sampel dalam penelitian ini adalah content creator yang memenuhi kriteria tertentu, yaitu:

1. Aktif memproduksi konten digital di platform media sosial/ aplikasi e-commerce,
2. Memperoleh penghasilan dari aktivitas digital tersebut,

3. Berpotensi menjadi wajib pajak atau telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
4. Bersedia mengisi kuesioner penelitian secara lengkap dan jujur.
5. Berdomisili di Kota Malang.

Pemilihan sampel didasarkan pada kesesuaian karakteristik responden dengan tujuan penelitian, yaitu untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak pada profesi content creator.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel yang dilakukan berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian. Melalui teknik ini, responden dipilih secara sengaja karena dianggap memiliki karakteristik yang relevan dan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah individu yang berprofesi sebagai Content Creator di Kota Malang dan telah memperoleh penghasilan dari aktivitas digital yang dijalankannya. Pemilihan kriteria tersebut dilakukan karena responden dinilai memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak pada profesi content creator.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pedoman yang dikemukakan oleh Hair et al. (2019), yang menyatakan bahwa jumlah sampel pada penelitian yang menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dapat ditentukan berdasarkan aturan praktis (rule of thumb), yaitu berkisar antara 5 sampai 10 kali jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan 19 indikator yang mewakili variabel Tax Morale, Keadilan Pajak, Sanksi Pajak, dan Kepatuhan Wajib Pajak.

Berdasarkan pedoman tersebut, peneliti menggunakan pengali sebesar 8 kali jumlah indikator untuk menentukan jumlah sampel penelitian. Jumlah sampel yang dibutuhkan dihitung sebagai berikut:

$$n = \text{Jumlah Indikator} \times 8$$

$$n = 19 \times 8$$

$$n = 152 \text{ responden}$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 152 responden. Jumlah tersebut telah memenuhi kriteria kecukupan sampel yang direkomendasikan oleh Hair et al. (2019), sehingga dianggap memadai untuk melakukan analisis data menggunakan SmartPLS.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarluaskan secara daring lewat media sosial menggunakan *Google Form*. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada para *content creator* untuk memperoleh informasi mengenai variabel-variabel yang diteliti. Melalui metode ini, data dapat diperoleh secara efektif dan efisien sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

3.4 Data dan Jenis Data

Data merupakan kumpulan informasi atau fakta yang diperoleh dari hasil observasi, pengukuran, atau pencatatan terhadap suatu variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2020), data berfungsi sebagai dasar utama dalam proses analisis yang bertujuan menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian. Data dalam penelitian kuantitatif biasanya disajikan dalam bentuk angka sehingga dapat diolah secara statistik untuk memperoleh kesimpulan yang objektif dan terukur.

3.4.1 Data Primer

Penelitian ini memakai data primer, yaitu data yang dikumpulkan langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner (Sugiyono, 2020). Data primer dipilih karena mampu menunjukkan pandangan dan sikap nyata para content creator di Kota Malang terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak mereka. Pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari setiap variabel penelitian, yaitu moralitas pajak, keadilan pajak, sanksi pajak, dan kepatuhan wajib pajak. Responden penelitian adalah content creator yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis dan menjawab tujuan penelitian. Dengan cara ini, data primer yang diperoleh diharapkan mampu memberikan gambaran empiris yang lebih tepat mengenai perilaku kepatuhan pajak di kalangan content creator di Kota Malang.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Kuisisioner

Kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai kondisi dan pandangan mereka. Sugiyono (2020) menjelaskan bahwa kuesioner digunakan untuk mendapatkan data faktual maupun persepsi, terutama dalam penelitian kuantitatif yang memerlukan pengukuran variabel melalui indikator yang dapat dinilai secara jelas. Pada penelitian ini, kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel, yaitu moralitas pajak, keadilan pajak, sanksi pajak, dan kepatuhan wajib pajak. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online kepada responden yang sudah memenuhi syarat, yaitu content creator mikro di Kota Malang yang memiliki pendapatan dari kegiatan Content Creator. Metode ini dipilih karena lebih efisien,

dapat menjangkau responden dari berbagai daerah, dan memungkinkan pengumpulan data dalam waktu yang bersamaan. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert dengan lima pilihan jawaban, di mana responden diminta menilai tingkat persetujuan mereka terhadap setiap pernyataan.

Tabel 3.1
Bobot Nilai Setiap Pertanyaan

Pilihan Jawaban	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), skala Likert lima poin dipilih karena mampu memberikan rentang jawaban yang cukup untuk menangkap variasi sikap atau persepsi responden tanpa membuat mereka kebingungan dalam memilih jawaban. Selain itu, skala lima poin dianggap paling efisien dalam mengukur variabel perilaku sosial dan psikologis karena mudah dipahami, meminimalkan bias respon, serta menghasilkan data yang stabil untuk dianalisis secara statistik.

3.6 Variabel Penelitian

3.6.1 Variabel Independen

1. *Tax Morale* (X1)

Tax morale adalah dorongan internal wajib pajak untuk mematuhi kewajiban perpajakan yang didasari oleh nilai moral, etika, rasa kejujuran, dan tanggung jawab sosial sebagai warga negara. Kepatuhan yang muncul bukan karena tekanan atau ancaman sanksi,

tetapi karena keyakinan bahwa membayar pajak merupakan tindakan yang benar dan bermanfaat bagi keberlangsungan negara. Individu dengan tingkat tax morale tinggi cenderung patuh meskipun tidak diawasi, karena kepatuhan dipandang sebagai kewajiban moral yang melekat (Christoph Kogler et al., 2023; Torgler, 2013)

2. Keadilan Pajak (X2)

Keadilan pajak merujuk pada persepsi wajib pajak mengenai sejauh mana sistem perpajakan dilaksanakan secara adil, transparan, tidak diskriminatif, dan proporsional antara beban pajak dengan manfaat yang diterima masyarakat. Ketika wajib pajak merasa bahwa aturan pajak diberlakukan secara setara dan penggunaan pajak memberikan manfaat publik yang nyata, tingkat kepercayaan terhadap otoritas meningkat dan mendorong kepatuhan sukarela. Sebaliknya, jika pajak dipersepsikan tidak adil, maka ketahanan dan keengganan untuk patuh menjadi lebih tinggi (Darmayasa et al., 2024; Kirchler, 2007)

3. Sanksi Pajak (X3)

Sanksi pajak merupakan instrumen penegakan hukum yang dikenakan kepada wajib pajak yang lalai atau melalaikan kewajiban perpajakan, berupa denda administratif, bunga keterlambatan, maupun tindakan penegakan lainnya. Keberadaan sanksi dimaksudkan untuk memberikan efek jera, meningkatkan kepatuhan melalui mekanisme kontrol eksternal, serta menjaga keteraturan dalam sistem perpajakan. Namun, efektivitas sanksi bergantung pada konsistensi dan keadilan penerapannya; jika dijalankan secara proporsional dan transparan, sanksi tidak hanya menimbulkan efek paksaan tetapi juga meningkatkan legitimasi otoritas pajak (Kirchler et al., 2014; Linawati & Djaddang, 2024)

3.6.2 Variabel Dependen

1. Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Kepatuhan pajak adalah kesediaan wajib pajak untuk melaksanakan seluruh kewajiban perpajakan secara sukarela, mulai dari pelaporan penghasilan, perhitungan pajak terutang, hingga pembayaran sesuai batas waktu dan ketentuan yang berlaku. Kepatuhan ini mencerminkan tingkat kesadaran dan kemauan individu untuk tunduk pada regulasi perpajakan tanpa harus dipaksa melalui pemeriksaan atau sanksi. Dalam perspektif perilaku, kepatuhan bukan semata-mata hasil tekanan hukum, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, persepsi keadilan, kepercayaan terhadap otoritas, serta pengalaman interaksi dengan sistem perpajakan. (Gangl et al., 2020; Kirchler, 2007)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Sumber	Skala Pengukuran
<i>Tax Morale</i> (X1)	1. <i>Civic tax compliance as a personal responsibility</i> 2. <i>Perceived fairness of the tax system</i>	Alexander & Balavac-Orlic (2022), Castañed (2024)	Skala Likert 1-5
Keadilan Pajak (X2)	1. <i>Benefit principle</i> 2. <i>ability-to-pay principle</i>	Musgrave, (1989)	Skala Likert 1-5
Sanksi Pajak (X3)	1. <i>Tax sanctions increase compliance in</i>	Holis (2022)	Skala Likert 1-5

	<i>taxation</i> <i>2. Tax sanctions serve as a deterrent to violations for taxpayers</i> <i>3. Administrative sanctions are imposed based on the type of violation committed by the taxpayer</i> <i>4. Criminal sanctions are established for inaccuracies or falsification of data by the taxpayer.</i>		
Kepatuhan Pajak (Y)	<i>1. Taxpayers fill out the tax returns forms correctly, completely, and clearly</i> <i>2. Taxpayers rarely receive warning letters</i> <i>3. Taxpayers calculate taxes correctly</i> <i>4. Taxpayers are accustomed to paying taxes on time</i> <i>5. Taxpayers report their tax returns in a timely manner.</i>	Muliari dan Setiawan (2011)	Skala Likert 1-5

3.8 Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Metode PLS-SEM dipilih karena mampu menganalisis hubungan antar konstruk laten secara simultan, tidak mensyaratkan data berdistribusi normal, serta sesuai untuk penelitian dengan tujuan prediktif dan pengembangan model empiris. Menurut Hair et al. (2019), PLS-SEM sangat tepat digunakan pada penelitian sosial dan perilaku yang menggunakan data survei berbasis skala Likert serta memiliki jumlah sampel relatif terbatas.

3.8.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran bertujuan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator yang digunakan mampu mengukur konstruk laten secara tepat dan konsisten. Model pengukuran dalam penelitian ini bersifat reflective, sehingga evaluasi dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas konstruk.

1. Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen digunakan untuk menilai tingkat kesesuaian antara indikator dengan konstruk yang diukurnya. Validitas ini dievaluasi melalui nilai outer loading dan Average Variance Extracted (AVE). Menurut Hair et al. (2019), nilai outer loading yang baik adalah $\geq 0,70$, yang menunjukkan bahwa indikator memiliki kontribusi yang kuat terhadap konstruk. Namun, nilai outer loading antara 0,50–0,70 masih dapat diterima sepanjang nilai AVE konstruk memenuhi kriteria.

Nilai AVE digunakan untuk menunjukkan proporsi varians indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk laten. Konstruk dinyatakan memiliki validitas konvergen yang baik apabila nilai AVE $\geq 0,50$, yang berarti lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk tersebut.

2. Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan bertujuan untuk memastikan bahwa suatu konstruk benar-benar berbeda dan tidak tumpang tindih dengan konstruk lainnya dalam model. Dalam penelitian ini, validitas diskriminan dievaluasi menggunakan kriteria Fornell–Larcker, yaitu dengan membandingkan akar kuadrat AVE dari setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk. Suatu konstruk dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang baik apabila nilai akar kuadrat AVE lebih besar dibandingkan korelasi dengan konstruk lain.

3. Uji Reliabilitas Konstruk

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi internal indikator dalam mengukur konstruk laten. Reliabilitas konstruk dalam PLS-SEM dievaluasi melalui nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (CR). Menurut Hair et al. (2019), suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability $\geq 0,70$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam satu konstruk memiliki konsistensi pengukuran yang baik.

3.8.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model struktural bertujuan untuk menilai hubungan antar konstruk laten serta menguji hipotesis penelitian. Evaluasi ini dilakukan melalui analisis nilai R-square, path coefficient, dan uji signifikansi menggunakan prosedur bootstrapping.

1. Koefisien Determinasi (R-square)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R-square menggambarkan seberapa besar variasi kepatuhan wajib pajak content creator dapat dijelaskan secara simultan oleh tax morale, keadilan pajak, dan sanksi pajak. Menurut Hair et al. (2019), nilai R^2

sebesar 0,75 dikategorikan kuat, 0,50 moderat, dan 0,25 lemah. Nilai R-square dalam penelitian ini digunakan sebagai dasar untuk menilai pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Path Coefficient

Path coefficient digunakan untuk menunjukkan arah dan kekuatan pengaruh antar konstruk laten dalam model struktural. Nilai koefisien jalur yang bernilai positif menunjukkan adanya pengaruh searah, sedangkan nilai negatif menunjukkan pengaruh berlawanan arah. Semakin besar nilai path coefficient, maka semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Uji Signifikansi Hipotesis (Bootstrapping)

Pengujian hipotesis dalam PLS-SEM dilakukan menggunakan metode bootstrapping, yaitu teknik resampling untuk memperoleh nilai t-statistic dan p-value. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai t-statistic $> 1,96$ dan nilai p-value $< 0,05$ pada tingkat signifikansi 5%. Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh parsial tax morale, keadilan pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak content creator di Kota Malang.

3.8.3 Pengujian Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan setelah model pengukuran dan model struktural dinyatakan memenuhi kriteria kelayakan. Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel laten yang dirumuskan dalam hipotesis penelitian didukung oleh data empiris. Dalam pendekatan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM), pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode bootstrapping, yaitu teknik resampling yang digunakan untuk memperoleh nilai statistik uji tanpa mensyaratkan

distribusi data normal. Pengujian hipotesis parsial dilakukan terhadap hipotesis H1, H2, dan H3 dengan menganalisis nilai path coefficient, t-statistic, dan p-value hasil bootstrapping. Path coefficient menunjukkan arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sementara itu, t-statistic dan p-value digunakan untuk menilai signifikansi pengaruh tersebut. Suatu hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai t-statistic lebih besar dari 1,96 dan nilai p-value lebih kecil dari 0,05 pada tingkat signifikansi 5%. Sebaliknya, apabila nilai t-statistic $\leq 1,96$ atau p-value $\geq 0,05$, maka hipotesis dinyatakan tidak didukung secara empiris.

Hipotesis H4 mengenai pengaruh simultan tax morale, keadilan pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak diuji melalui nilai koefisien determinasi (R-square) pada variabel kepatuhan pajak. Nilai R-square menunjukkan seberapa besar variasi kepatuhan wajib pajak content creator dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh seluruh variabel independen dalam model. Semakin besar nilai R-square, semakin kuat kemampuan model dalam menjelaskan pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kota Malang yang mana seluruh Content Creator di Kota Malang merupakan populasi dari penelitian. Sampel pada penelitian ini ditentukan menggunakan teknik non-probability sampling dengan kriteria yang sudah ditentukan. Penyebaran 18 April 2026 sampai dengan 25 Mei 2026. Pengisian kuisioner dilakukan secara online dengan mengirimkan link kuisioner melalui media sosial.

4.1.2 Karakteristik Responden

Responden pada penelitian yakni Content Creator di Kota Malang yang aktif memproduksi Content dan memperoleh penghasilan dari kegiatan tersebut. Karakteristik responden pada penelitian ini terdiri dari menurut jenis kelamin, usia, domisili, platform yang digunakan untuk menyebarkan content, status kepemilikan NPWP dan rata-rata penghasilan perbulan. Rincian dari pengelompokkan karakteristik responden di atas sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki- Laki	40	26,3%
Perempuan	112	73,7%
Total	152	100%

Berdasarkan tabel 4.1 jumlah Content Creator yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 40 responden atau 26,3%, sedangkan Content Creator berjenis kelamin perempuan berjumlah 112 responden atau

73,7%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas Content Creator didominasi oleh perempuan.

Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah	Persentase
Klojen	23	15,2%
Blimbing	39	25,8%
Kedungkandang	29	19,2%
Sukun	27	17,9%
Lowokwaru	33	21,9%
Total	152	100%

Berdasarkan tabel 4.2 jumlah Content Creator di Kota Malang terbagi di 5 kecamatan yang berada di Kota Malang. Pada Kecamatan Klojen terdapat 23 responden dengan persentase 15,2%, Kecamatan Blimbing berjumlah 39 responden dengan persentase 25,8%, Kecamatan Kedungkandang berjumlah 29 responden dengan persentase 19,2%, Kecamatan Sukun berjumlah 27 responden dengan persentase 17,9%, dan Kecamatan Lowokwaru berjumlah 33 responden dengan persentase 21,9%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas Content Creator di Kota Malang didominasi oleh Kecamatan Blimbing.

Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
Kurang dari 20 tahun	5	3,3%
21-25 tahun	87	57,2%
26-30 tahun	60	39,5%
Lebih dari 30 tahun	0	0,0%
Total	152	100%

Berdasarkan tabel 4.3 jumlah Content Creator dengan usia kurang dari 20 tahun berjumlah 5 responden dengan persentase 3,3%,

usia 21 tahun sampai 25 tahun berjumlah 87 responden atau 57,2%, usia 26 tahun sampai dengan 30 tahun berjumlah 60 responden dengan persentase 39,5%, dan Content Creator yang berusia lebih dari 30 tahun berjumlah 0 responden dengan persentase 0,0%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas Content Creator didominasi oleh usia 21–25 tahun.

Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan platform yang digunakan

Platform	Jumlah	Persentase
Tiktok	117	77,0%
Shopee	97	63,8%
Instagram	76	50,0%
Tokopedia	36	23,7%
Bukalapak	0	0,0%
Facebook	1	0,7%
Total	152	100%

Berdasarkan Tabel 4.4, diketahui bahwa Content Creator yang menggunakan platform TikTok berjumlah 117 responden (77,0%), Shopee berjumlah 97 responden (63,8%), Instagram berjumlah 76 responden (50,0%), Tokopedia berjumlah 36 responden (23,7%), Bukalapak berjumlah 0 responden (0,0%), dan Facebook berjumlah 1 responden (0,7%). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Content Creator didominasi oleh pengguna platform TikTok dengan jumlah 117 responden atau sebesar 77,0% dari total responden penelitian.

Tabel 4. 5 Karakteristik responden berdasarkan lamanya menjadi Content Creator

Pengalaman	Jumlah	Persentase
Kurang dari 1 tahun	27	17,8%
1-3 tahun	94	61,8%
Lebih dari 3 tahun	31	20,4%
Total	152	100%

Berdasarkan Tabel 4.5, jumlah Content Creator yang telah menjadi content creator kurang dari 1 tahun berjumlah 27 responden dengan persentase 17,8%, Content Creator yang telah menjadi content creator selama 1–3 tahun berjumlah 94 responden atau 61,8%, dan Content Creator yang telah menjadi content creator lebih dari 3 tahun berjumlah 31 responden dengan persentase 20,4%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas Content Creator didominasi oleh responden yang telah menjadi content creator selama 1–3 tahun dengan persentase 61,8%.

Tabel 4. 6 Karakteristik responden status kepemilikan NPWP

Status	Jumlah	Persentase
Belum memiliki Npwp	119	78,3%
Sudah memiliki NPWP	33	21,7%
Total	152	100%

Berdasarkan Tabel 4.6, diketahui bahwa Content Creator yang memiliki NPWP berjumlah 119 responden (78,3%), sedangkan yang belum memiliki NPWP berjumlah 33 responden (21,7%). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Content Creator dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang sudah memiliki

NPWP dengan jumlah 119 responden atau sebesar 78,3% dari total responden penelitian.

Sejak diberlakukannya kebijakan penggunaan Nomor Induk Kependudukan (NIK) sebagai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) bagi Wajib Pajak Orang Pribadi, setiap penduduk yang telah memenuhi persyaratan sebagai wajib pajak pada dasarnya menggunakan NIK sebagai identitas perpajakannya. Oleh karena itu, kategori "tidak memiliki NPWP" dalam penelitian ini mengacu pada persepsi responden yang belum mengetahui, belum melakukan aktivasi atau pemadanan (validasi) NIK sebagai NPWP, maupun belum merasa dirinya telah terdaftar sebagai wajib pajak. Dengan demikian, meskipun secara administratif NIK telah digunakan sebagai NPWP sesuai ketentuan yang berlaku, masih terdapat responden yang menyatakan belum memiliki NPWP karena kurangnya pemahaman terhadap kebijakan tersebut.

Tabel 4. 7 Karakteristik responden berdasarkan rata-rata penghasilan

Penghasilan	Jumlah	Persentase
Kurang dari 1.000.000	19	12,5%
1.000.000- 4.000.000	66	43,4%
4.000.001- 10.000.000	65	42,8%
Lebih dari 10.000.000	2	1,3%
Total	152	100%

Content Creator yang memiliki rata-rata penghasilan per bulan dari aktivitas digital kurang dari Rp1.000.000 berjumlah 19 responden (12,5%), penghasilan Rp1.000.000–Rp4.000.000 berjumlah 66 responden (43,4%), penghasilan Rp4.000.001–Rp10.000.000 berjumlah 65 responden (42,8%), dan penghasilan lebih dari

Rp10.000.000 berjumlah 2 responden (1,3%). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Content Creator dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang memiliki rata-rata penghasilan per bulan dari aktivitas digital sebesar Rp1.000.000–Rp4.000.000 dengan jumlah 66 responden atau sebesar 43,4% dari total responden penelitian.

4.2 Hasil Uji Coba Instrumen (Pilot Test)

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana indikator yang digunakan mampu mengukur konstruk yang diteliti. Pengujian validitas konvergen dilakukan dengan melihat nilai outer loading dan Average Variance Extracted (AVE). Menurut Hair et al. (2021), nilai outer loading yang ideal adalah di atas 0,70. Namun, pada penelitian yang masih bersifat eksploratori atau pada tahap pengembangan instrumen (pilot test), indikator dengan nilai outer loading antara 0,60–0,70 masih dapat dipertahankan selama konstruk yang diukur memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas lainnya. Selain itu, suatu konstruk dinyatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai AVE lebih besar dari 0,50 (Hair et al., 2010). Hasil uji validitas instrumen pada tahap pilot test disajikan pada Tabel 4.8.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Outer Loading	AVE	Keterangan
Tax Morale	TM1	0,930	0,785	Valid
	TM2	0,934		Valid
	TM3	0,908		Valid
	TM4	0,800		Valid
	TM5	0,888		Valid
	TM6	0,848		Valid
	TF1	0,842	0,685	Valid

Tax Fairness	TF2	0,845		Valid
	TF3	0,899		Valid
	TF4	0,713		Valid
Tax Sanctions	SP1	0,889	0,737	Valid
	SP2	0,869		Valid
	SP3	0,909		Valid
	SP4	0,759		Valid
Kepatuhan Pajak	KP1	0,828	0,688	Valid
	KP2	0,733		Valid
	KP3	0,864		Valid
	KP4	0,868		Valid
	KP5	0,847		Valid

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh indikator pada variabel Tax Morale memiliki nilai outer loading berkisar antara 0,800 hingga 0,934 dengan nilai AVE sebesar 0,785. Selanjutnya, variabel Tax Fairness memiliki nilai outer loading antara 0,713 hingga 0,899 dengan nilai AVE sebesar 0,685. Pada variabel Tax Sanctions, nilai outer loading berada pada rentang 0,759 hingga 0,909 dengan nilai AVE sebesar 0,737. Sementara itu, variabel Kepatuhan Pajak menunjukkan nilai outer loading antara 0,733 hingga 0,868 dengan nilai AVE sebesar 0,688. Seluruh indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai outer loading di atas 0,70 dan seluruh konstruk memiliki nilai AVE di atas 0,50.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur dengan baik dan telah memenuhi kriteria validitas konvergen yang disarankan oleh Hair et al. (2021) dan Ghozali (2021). Seluruh item pernyataan pada variabel Tax Morale, Tax Fairness, Tax Sanctions, dan Kepatuhan Pajak dinyatakan valid sehingga layak digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian utama.

TM1	1	1%	1	1%	6	4%	87	57%	57	38%	152	100%	4,3
TM2	0	0%	8	5%	12	8%	84	55%	48	32%	152	100%	4,13
TM3	1	1%	5	3%	21	14%	76	50%	49	32%	152	100%	4,1
TM4	6	4%	14	9%	30	20%	43	28%	59	39%	152	100%	3,89
TM5	2	1%	8	5%	41	27%	62	41%	39	26%	152	100%	3,84
TM6	1	1%	2	1%	22	14%	81	53%	46	30%	152	100%	4,11
Rata-Rata Distribusi Frekuensi Tax Morale													4,06

Pada item TM1, sebanyak 57% responden menyatakan setuju dan 38% sangat setuju bahwa membayar pajak merupakan kewajiban moral sebagai warga negara yang baik. Total respon positif mencapai 95%, sedangkan hanya 4% responden berada pada kategori netral dan 2% responden tidak setuju. Nilai rata-rata sebesar 4,30 menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kesadaran moral yang sangat tinggi terhadap kewajiban perpajakan. Temuan ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden memandang pembayaran pajak sebagai tanggung jawab yang harus dipenuhi sebagai bentuk kontribusi kepada negara.

Pada item TM2, sebanyak 55% responden menyatakan setuju dan 32% sangat setuju bahwa mereka membayar pajak secara sukarela. Total respon positif mencapai 87%, sementara 8% responden memberikan jawaban netral dan 5% responden tidak setuju. Nilai rata-rata sebesar 4,13 menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki kemauan yang tinggi untuk memenuhi kewajiban perpajakan tanpa adanya paksaan dari pihak lain. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki dorongan internal yang baik dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Pada item TM3, sebanyak 50% responden menyatakan setuju dan 32% sangat setuju bahwa mereka melaporkan pajak secara sukarela. Total respon positif mencapai 82%, sedangkan 14% responden berada pada kategori netral dan 4% responden tidak setuju. Nilai rata-rata sebesar 4,10 menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan

yang positif terhadap pelaksanaan kewajiban pelaporan pajak secara sukarela. Temuan ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden menyadari pentingnya melaporkan pajak sebagai bagian dari tanggung jawab perpajakan yang harus dipenuhi.

Pada item TM4, sebanyak 28% responden menyatakan setuju dan 39% sangat setuju bahwa mereka akan merasa bersalah apabila tidak membayar pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku. Total respon positif mencapai 67%, sementara 20% responden memberikan jawaban netral dan 13% responden tidak setuju. Nilai rata-rata sebesar 3,89 menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki rasa tanggung jawab moral terhadap kewajiban perpajakan. Tetapi jika dibandingkan indikator lainnya, item ini memperoleh tingkat persetujuan yang relatif lebih rendah, yang menunjukkan bahwa tingkat rasa bersalah akibat tidak memenuhi kewajiban pajak masih bervariasi di antara responden.

Pada item TM5, sebanyak 41% responden menyatakan setuju dan 26% sangat setuju bahwa sistem perpajakan saat ini diterapkan secara adil kepada seluruh wajib pajak. Total respon positif mencapai 67%, sedangkan 27% responden berada pada kategori netral dan 6% responden tidak setuju. Nilai rata-rata sebesar 3,84 merupakan nilai terendah di antara seluruh indikator Tax Morale. Tetapi nilai tersebut masih menunjukkan kecenderungan yang positif. Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden menilai sistem perpajakan telah diterapkan secara cukup adil, meskipun masih terdapat sebagian responden yang belum sepenuhnya yakin terhadap penerapan keadilan dalam sistem perpajakan.

Pada item TM6, sebanyak 53% responden menyatakan setuju dan 30% sangat setuju bahwa sistem pajak yang adil akan meningkatkan kepatuhan pajak. Total respon positif mencapai 83%, sedangkan 14% responden memberikan jawaban netral dan hanya 2% responden tidak

setuju. Nilai rata-rata sebesar 4,11 menunjukkan bahwa responden memiliki keyakinan yang tinggi terhadap pentingnya keadilan dalam sistem perpajakan. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden meyakini bahwa penerapan sistem pajak yang adil dapat mendorong wajib pajak untuk lebih patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Secara keseluruhan, dominasi jawaban pada kategori setuju dan sangat setuju di seluruh indikator mengindikasikan bahwa responden memiliki kesadaran moral yang baik terhadap kewajiban perpajakan. Responden tidak hanya memandang pembayaran dan pelaporan pajak sebagai kewajiban yang harus dipenuhi karena adanya peraturan, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab moral sebagai warga negara. Selain itu, responden juga meyakini bahwa keadilan dalam sistem perpajakan merupakan faktor penting yang dapat mendorong peningkatan kepatuhan wajib pajak. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat tax morale yang dimiliki individu, maka semakin besar kecenderungannya untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela dan bertanggung jawab.

4.3.2 Distribusi Frekuensi Variabel Tax Fairness

Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Variabel Tax Fairness

Item	Keterangan												Rata-Rata
	STS		TS		N		S		SS		Jumlah		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
TF1	2	1%	20	13%	30	20%	60	39%	40	26%	152	100%	3,76
TF2	14	9%	26	17%	24	16%	47	31%	41	27%	152	100%	3,49
TF3	3	2%	11	7%	31	20%	77	51%	30	20%	152	100%	3,79
TF4	8	5%	18	12%	32	21%	55	36%	39	26%	152	100%	3,65
Rata-Rata Distribusi Frekuensi Tax Fairness													3,67

Pada item TF1, sebanyak 39% responden menyatakan setuju dan 26% sangat setuju bahwa pajak yang dibayarkan masyarakat memberikan

manfaat bagi pembangunan dan pelayanan publik. Dengan total respon positif mencapai 65%, sedangkan 20% responden berada pada kategori netral dan 14% responden tidak setuju. Nilai rata-rata sebesar 3,76 menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki persepsi yang positif terhadap manfaat pajak bagi pembangunan dan pelayanan publik. Hasil ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden meyakini bahwa pajak memiliki peran penting dalam mendukung penyediaan fasilitas dan layanan yang dibutuhkan masyarakat.

Pada item TF2, sebanyak 31% responden menyatakan setuju dan 27% sangat setuju bahwa pemerintah menggunakan pajak untuk kepentingan masyarakat. Total respon positif mencapai 58%, sedangkan 16% responden memberikan jawaban netral dan 26% responden tidak setuju. Nilai rata-rata sebesar 3,49 menunjukkan bahwa persepsi responden cenderung positif, meskipun tidak sekuat indikator lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai penerimaan pajak telah dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat, namun masih terdapat sebagian responden yang meragukan efektivitas atau ketepatan penggunaan dana pajak oleh pemerintah.

Pada item TF3, sebanyak 51% responden menyatakan setuju dan 20% sangat setuju bahwa besarnya pajak yang dikenakan telah mempertimbangkan kemampuan ekonomi wajib pajak. Total respon positif mencapai 71%, sementara 20% responden berada pada kategori netral dan 9% responden tidak setuju. Nilai rata-rata sebesar 3,79 merupakan nilai tertinggi pada variabel Tax Fairness. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai sistem perpajakan telah mempertimbangkan kemampuan ekonomi wajib pajak dalam menentukan beban pajak yang harus dibayarkan. Temuan tersebut mencerminkan adanya persepsi yang baik terhadap prinsip keadilan dalam penetapan kewajiban perpajakan.

Pada item TF4, sebanyak 36% responden menyatakan setuju dan 26% sangat setuju bahwa beban pajak yang harus dibayar telah sebanding dengan tingkat penghasilan yang diperoleh. Total respon positif mencapai 62%, sedangkan 21% responden berada pada kategori netral dan 17% responden tidak setuju. Nilai rata-rata sebesar 3,65 menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki persepsi yang positif terhadap kesesuaian antara beban pajak dan tingkat penghasilan. Walaupun masih terdapat sebagian responden yang belum sepenuhnya merasa bahwa beban pajak yang dikenakan telah sesuai dengan kondisi penghasilan yang dimiliki.

Secara keseluruhan, variabel Tax Fairness memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,67 yang menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap keadilan pajak berada pada kategori tinggi. Dominasi jawaban pada kategori setuju dan sangat setuju pada seluruh indikator mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki pandangan yang positif terhadap penerapan prinsip keadilan dalam sistem perpajakan. Responden menilai bahwa pajak memberikan manfaat bagi pembangunan dan pelayanan publik, serta mempertimbangkan kemampuan ekonomi wajib pajak dalam penentuan beban pajak. Meskipun pada aspek penggunaan pajak oleh pemerintah masih terdapat sebagian responden yang menunjukkan keraguan, secara keseluruhan persepsi terhadap keadilan pajak tetap menunjukkan kecenderungan yang positif. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik persepsi wajib pajak terhadap keadilan sistem perpajakan, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk mendukung dan memenuhi kewajiban perpajakannya.

4.3.3 Distribusi Frekuensi Variabel Sanksi Pajak

Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Variabel Sanksi Pajak

Item	Keterangan												Rata- Rata
	STS		TS		N		S		SS		Jumlah		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
SP1	2	1%	13	9%	21	14%	52	34%	64	42%	152	100%	4,07
SP2	1	1%	11	7%	22	14%	77	51%	41	27%	152	100%	3,96
SP3	2	1%	2	1%	21	14%	78	51%	49	32%	152	100%	4,12
SP4	2	1%	1	1%	15	10%	78	51%	56	37%	152	100%	4,22
Rata-Rata Distribusi Frekuensi Sanksi Pajak													4,09

Pada item SP1, sebanyak 34% responden menyatakan setuju dan 42% sangat setuju bahwa keberadaan sanksi pajak membuat wajib pajak lebih patuh terhadap kewajiban perpajakan. Total respon positif mencapai 76%, sedangkan 14% responden berada pada kategori netral dan 10% responden tidak setuju. Nilai rata-rata sebesar 4,07 menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap peran sanksi pajak dalam mendorong kepatuhan wajib pajak. Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden meyakini bahwa keberadaan sanksi merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepatuhan dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Pada item SP2, sebanyak 51% responden menyatakan setuju dan 27% sangat setuju bahwa ancaman sanksi pajak membuat wajib pajak enggan melakukan pelanggaran perpajakan. Total respon positif mencapai 78%, sedangkan 14% responden memberikan jawaban netral dan 8% responden tidak setuju. Nilai rata-rata sebesar 3,96 menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki persepsi yang positif terhadap fungsi pencegahan yang dimiliki oleh sanksi pajak. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memandang sanksi sebagai instrumen yang efektif dalam mengurangi kemungkinan terjadinya pelanggaran perpajakan.

Pada item SP3, sebanyak 51% responden menyatakan setuju dan 32% sangat setuju bahwa sanksi administrasi pajak diberikan sesuai dengan jenis pelanggaran yang dilakukan wajib pajak. Total respon

positif mencapai 83%, sedangkan 14% responden berada pada kategori netral dan hanya 2% responden yang tidak setuju. Nilai rata-rata sebesar 4,12 menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap kesesuaian penerapan sanksi administrasi dalam sistem perpajakan. Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden menilai pemberian sanksi administrasi telah dilakukan secara proporsional sesuai dengan bentuk pelanggaran yang terjadi.

Pada item SP4, sebanyak 51% responden menyatakan setuju dan 37% sangat setuju bahwa sanksi pidana dikenakan kepada wajib pajak yang memalsukan atau memberikan data pajak yang tidak benar. Total respon positif mencapai 88%, sedangkan 10% responden berada pada kategori netral dan hanya 2% responden yang tidak setuju. Nilai rata-rata sebesar 4,22 merupakan nilai tertinggi pada variabel Sanksi Pajak. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mendukung penerapan sanksi pidana terhadap pelanggaran perpajakan yang bersifat serius. Tingginya tingkat persetujuan pada indikator ini menunjukkan adanya keyakinan bahwa tindakan pemalsuan atau penyampaian data yang tidak benar perlu dikenakan sanksi yang tegas untuk menjaga kepatuhan perpajakan.

Secara keseluruhan, variabel Sanksi Pajak memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,09 yang menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap sanksi pajak berada pada kategori tinggi. Dominasi jawaban pada kategori setuju dan sangat setuju pada seluruh indikator mengindikasikan bahwa mayoritas responden menilai sanksi pajak sebagai instrumen yang penting dalam mendukung kepatuhan perpajakan. Responden juga cenderung meyakini bahwa sanksi yang diterapkan secara tegas dan sesuai dengan tingkat pelanggaran dapat mendorong wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya dengan lebih baik. Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan sanksi pajak memiliki peran penting

dalam menciptakan kepatuhan serta meminimalkan terjadinya pelanggaran perpajakan.

4.3.4 Distribusi Frekuensi Variabel Kepatuhan Pajak

Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Variabel Kepatuhan Pajak

Item	Keterangan												Rata- Rata
	STS		TS		N		S		SS		Jumlah		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
KP1	0	0%	2	1%	14	9%	81	53%	55	36%	152	100%	4,24
KP2	1	1%	0	0%	17	11%	76	50%	59	39%	152	100%	4,28
KP3	0	0%	1	1%	17	11%	90	59%	44	29%	152	100%	4,16
KP4	0	0%	2	1%	17	11%	66	43%	67	44%	152	100%	4,3
KP5	0	0%	1	1%	17	11%	87	57%	47	31%	152	100%	4,18
Rata-Rata Distribusi Frekuensi Kepatuhan Pajak													4,23

Pada item KP1, sebanyak 53% responden menyatakan setuju dan 36% sangat setuju bahwa mereka mengisi dan melaporkan Surat Pemberitahuan (SPT) pajak dengan benar, lengkap, dan sesuai ketentuan yang berlaku. Total respon positif mencapai 89%, sedangkan 9% responden berada pada kategori netral dan hanya 1% responden yang tidak setuju. Nilai rata-rata sebesar 4,24 menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan responden pada indikator ini berada pada kategori tinggi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar responden telah melaksanakan kewajiban pelaporan pajak dengan baik sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku.

Pada item KP2, sebanyak 50% responden menyatakan setuju dan 39% sangat setuju bahwa mereka jarang menerima surat teguran terkait kewajiban perpajakan. Total respon positif mencapai 89%, sementara 11% responden berada pada kategori netral dan hanya 1% responden yang tidak setuju. Nilai rata-rata sebesar 4,28 menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kepatuhan yang tinggi dalam memenuhi kewajiban perpajakan sehingga relatif jarang memperoleh

teguran dari otoritas pajak. Temuan ini mencerminkan bahwa mayoritas responden telah menjalankan kewajiban perpajakannya dengan cukup baik.

Pada item KP3, sebanyak 59% responden menyatakan setuju dan 29% sangat setuju bahwa mereka menghitung jumlah pajak yang harus dibayar sesuai dengan ketentuan perpajakan. Dengan total respon positif mencapai 88%, sedangkan 11% responden memberikan jawaban netral dan hanya 1% responden tidak setuju. Nilai rata-rata sebesar 4,16 menunjukkan bahwa responden cenderung patuh dalam menghitung kewajiban pajaknya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Hasil ini mengindikasikan adanya kesadaran yang baik dalam memenuhi kewajiban perpajakan secara benar dan sesuai ketentuan.

Pada item KP4, sebanyak 43% responden menyatakan setuju dan 44% sangat setuju bahwa mereka terbiasa membayar pajak sebelum batas waktu yang ditentukan. Total respon positif mencapai 87%, sementara 11% responden berada pada kategori netral dan hanya 1% responden yang tidak setuju. Nilai rata-rata sebesar 4,30 merupakan nilai tertinggi pada variabel Kepatuhan Pajak. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki komitmen yang tinggi untuk memenuhi kewajiban perpajakan tepat waktu. Tingginya tingkat persetujuan pada indikator ini mencerminkan adanya kesadaran yang baik mengenai pentingnya ketepatan waktu dalam pembayaran pajak.

Pada item KP5, sebanyak 57% responden menyatakan setuju dan 31% sangat setuju bahwa mereka melaporkan SPT tahunan tepat waktu sesuai dengan jadwal pelaporan yang telah ditetapkan. Total respon positif mencapai 88%, sedangkan 11% responden berada pada kategori netral dan hanya 1% responden yang tidak setuju. Nilai rata-rata sebesar 4,18 menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kepatuhan yang tinggi dalam melaksanakan kewajiban pelaporan pajak tahunan.

Hasil ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden telah berupaya memenuhi kewajiban administrasi perpajakan secara tepat waktu.

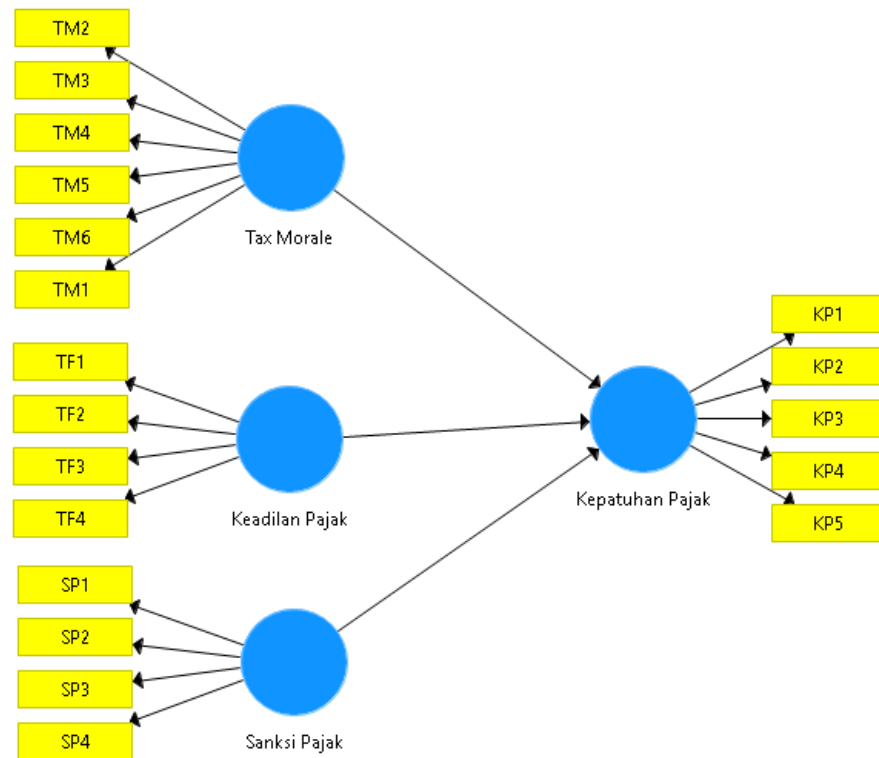
Secara keseluruhan, variabel Kepatuhan Pajak memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,23 yang menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan pajak responden berada pada kategori sangat tinggi. Dominasi jawaban pada kategori setuju dan sangat setuju di seluruh indikator mengindikasikan bahwa mayoritas responden telah menjalankan kewajiban perpajakan dengan baik, mulai dari menghitung, membayar, hingga melaporkan pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Selain itu, responden juga menunjukkan tingkat kedisiplinan yang tinggi dalam memenuhi batas waktu pembayaran dan pelaporan pajak. Temuan ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesadaran yang baik terhadap pentingnya kepatuhan perpajakan sebagai bentuk tanggung jawab dalam memenuhi kewajiban kepada negara.

4.4 Analisis Data

4.4.1 Skema Model Partial Least Square (PLS)

Untuk menganalisis data penelitian, digunakan pendekatan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (PLS-SEM). Metode ini memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antar konstruk sekaligus menilai kesesuaian indikator dalam merefleksikan variabel yang diteliti. Analisis dilakukan dengan bantuan software SmartPLS, sedangkan model penelitian yang menjadi dasar pengujian ditunjukkan pada gambar berikut:

Gambar 4.1 Skema Model Partial Least Square



4.4.2 Model Pengukuran (Outer Model)

4.4.2.1 Validitas Convergen

1. Outer Loadings

Tabel 4. 14 Hasil *Outer Loadings*

	X1	X2	X3	Y
KP1	0.735			
KP2	0.646			
KP3	0.726			
KP4	0.679			

KP5	0.735			
SP1		0.753		
SP2		0.744		
SP3		0.860		
SP4		0.804		
TF1			0.810	
TF2			0.797	
TF3			0.797	
TF4			0.843	
TM1				0.747
TM2				0.713
TM3				0.714
TM4				0.701
TM5				0.650
TM6				0.741

Berdasarkan Tabel 4.14, seluruh indikator yang digunakan dalam model penelitian menunjukkan nilai outer loading di atas 0.60. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa setiap indikator memiliki tingkat keterkaitan yang kuat dengan konstruk yang diukur. Seluruh indikator mampu merepresentasikan variabel penelitian secara memadai dan dapat dinyatakan memenuhi kriteria validitas.

2. *Average Variance Extracted (AVE)*

Tabel 4. 15 Hasil *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	AVE
<i>Tax Morale</i>	0.506
Keadilan Pajak	0.659
Sanksi Pajak	0.627

Kepatuhan Pajak	0.502
------------------------	-------

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 4.15, seluruh variabel penelitian memiliki nilai Average Variance Extracted (AVE) di atas 0,50. Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan mampu menjelaskan konstruk yang diukur dengan baik. Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas konvergen sehingga layak untuk digunakan pada tahap analisis berikutnya.

4.4.2.2 Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model penelitian memiliki perbedaan yang memadai dengan konstruk lainnya sehingga masing-masing variabel mampu mengukur konsep yang berbeda secara tepat. Pengujian validitas diskriminan penting dilakukan untuk menghindari terjadinya tumpang tindih pengukuran antar konstruk dalam model penelitian.

Hasil *Fornell Larcker* dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.13

Tabel 4. 16 Hasil *Fornell Larcker*

	TF	KP	SP	TM
TF	0.812			
KP	0.549	0.709		
SP	0.220	0.546	0.792	
TM	0.304	0.704	0.472	0.711

Tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai AVE pada setiap konstruk lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi antar konstruk dalam model

penelitian. Kondisi tersebut menandakan bahwa masing-masing variabel memiliki tingkat keterkaitan yang lebih kuat terhadap indikator pembentuknya dibandingkan terhadap variabel lain. Seluruh konstruk penelitian telah memenuhi persyaratan validitas diskriminan berdasarkan pendekatan *Fornell-Larcker*. Temuan ini menegaskan bahwa setiap variabel mampu merepresentasikan konsep yang berbeda dan tidak mengalami tumpang tindih dengan konstruk lainnya.

Selain melalui pendekatan Fornell-Larcker, pengujian validitas diskriminan juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai Cross Loading dari setiap indikator. Adapun hasil pengujian Cross Loading disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. 17 Hasil Cross Loading

	TF	KP	SP	TM
KP1	0.584	0.422	0.318	0.735
KP2	0.469	0.342	0.442	0.646
KP3	0.467	0.382	0.405	0.726
KP4	0.476	0.413	0.362	0.697
KP5	0.490	0.382	0.414	0.735
SP1	0.243	0.120	0.753	0.317
SP2	0.339	0.112	0.744	0.376
SP3	0.475	0.249	0.860	0.549
SP4	0.385	0.179	0.804	0.432
TF1	0.170	0.810	0.078	0.376
TF2	0.222	0.797	0.179	0.431
TF3	0.207	0.797	0.210	0.412
TF4	0.355	0.843	0.225	0.536
TM1	0.744	0.112	0.382	0.478

TM2	0.713	0.320	0.313	0.468
TM3	0.714	0.160	0.366	0.534
TM4	0.701	0.115	0.304	0.455
TM5	0.650	0.410	0.289	0.534
TM6	0.741	0.165	0.354	0.519

Tabel 4.18 memperlihatkan bahwa masing-masing indikator memperoleh nilai loading terbesar pada variabel laten yang menjadi tujuan pengukurannya. Kondisi ini menjelaskan bahwa setiap indikator memiliki kemampuan yang baik dalam membedakan konstruk yang diwakilinya dari konstruk lainnya. Seluruh variabel dalam model penelitian telah memenuhi kriteria validitas diskriminan. Di samping itu, nilai loading yang seluruhnya berada di atas batas minimum 0,70 semakin menguatkan bahwa indikator-indikator yang digunakan telah memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 4. 18 Uji Heteroit-Monotrait Ratio (HTMT)

	Keadilan Pajak	Kepatuhan Pajak	Sanksi Pajak	Tax Morale
Keadilan Pajak				
Kepatuhan Pajak	0.683			
Sanksi Pajak	0.246	0.682		
Tax Morale	0.355	0.899	0.563	

Berdasarkan hasil pengujian HTMT pada Tabel 4.16, diketahui bahwa nilai hubungan antara Keadilan Pajak dan Kepatuhan

Pajak sebesar 0,683, Keadilan Pajak dan Sanksi Pajak sebesar 0,246, Keadilan Pajak dan Tax Morale sebesar 0,355, Sanksi Pajak dan Kepatuhan Pajak sebesar 0,682, Sanksi Pajak dan Tax Morale sebesar 0,563, serta Tax Morale dan Kepatuhan Pajak sebesar 0,899.

Seluruh nilai HTMT berada di bawah batas maksimum 0,90. Meskipun nilai HTMT antara Tax Morale dan Kepatuhan Pajak sebesar 0,899 berada sangat dekat dengan nilai ambang batas, nilai tersebut masih memenuhi kriteria yang ditetapkan. Dapat disimpulkan bahwa masing-masing konstruk dalam penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang baik dan mampu membedakan satu sama lain secara memadai. Model pengukuran (*outer model*) telah memenuhi persyaratan validitas diskriminan berdasarkan kriteria HTMT sehingga dapat dilanjutkan pada tahap pengujian model struktural (*inner model*).

4.4.2.2 Validitas Diskriminan

Uji reliabilitas variabel dapat dilakukan dengan melihat nilai Composite reliability (CR) dan Cronbach' Alpha pada Tabel berikut:

Tabel 4. 19 Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach' Alpha</i>	<i>Composite Reliability (CR)</i>
TF	0.804	0.860
KP	0.829	0.886
SP	0.804	0.870
TM	0.751	0.834

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 4.19, seluruh variabel penelitian memperoleh nilai Composite Reliability

(CR) dan Cronbach's Alpha yang melebihi batas minimum 0,70. Hasil tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur konstruk yang diteliti. Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel telah memenuhi kriteria reliabilitas dan mampu menghasilkan pengukuran yang stabil serta dapat dipercaya untuk digunakan pada tahap analisis berikutnya.

4.4.3 Model Struktural (Inner Model)

1. Uji R- Square

Hasil pengujian R- Square pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4. 20 Hasil Uji R- Square

	R Square	Adjusted R Square
Kepatuhan Pajak	0.664	0.657

Berdasarkan hasil pengujian yang ditampilkan pada Tabel 4.20, nilai R-Square pada variabel dependen (Y) sebesar 0,664. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebesar 66,4% variasi pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang digunakan dalam model penelitian. Sementara itu, sisanya sebesar 33,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, nilai Adjusted R-Square sebesar 0,657 yang berarti setelah dilakukan penyesuaian terhadap jumlah variabel independen, model tetap memiliki kemampuan yang moderat dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen.

2. Analisa F-Square Effect Size

Hasil uji F- Square dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.21.

Tabel 4. 21 Hasil F- Square

	F-Square
TM > KP	0.513
TF > KP	0.325
SP > KP	0.133

Berdasarkan hasil pengujian Effect Size (f^2), diperoleh nilai f-square Tax Morale terhadap Kepatuhan Pajak sebesar 0,513. Nilai tersebut lebih besar dari 0,35 sehingga termasuk dalam kategori pengaruh besar (large effect) (Cohen, 1988). Hal ini menunjukkan bahwa Tax Morale memiliki kontribusi yang kuat dalam menjelaskan perubahan Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator. Keadilan Pajak memiliki nilai f-square sebesar 0,325. Nilai tersebut termasuk dalam kategori pengaruh sedang (medium effect) karena berada pada rentang 0,15–0,35 (Cohen, 1988).

Hasil ini menunjukkan bahwa Keadilan Pajak memberikan kontribusi yang cukup kuat terhadap peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator. Sementara itu, Sanksi Pajak memiliki nilai f-square sebesar 0,133. Nilai tersebut termasuk dalam kategori pengaruh kecil (small effect) karena berada pada rentang 0,02–0,15 (Cohen, 1988). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Sanksi Pajak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator, kontribusinya relatif lebih kecil dibandingkan Tax Morale dan Keadilan Pajak.

3. Analisa Predictive Relevance Q^2

Tabel 4. 22 Hasil Uji Predictive Relevance (Q^2)

	SSO	SSE	Q^2 (=1-SSE/SSO)	Keterangan
--	------------	------------	--------------------------------------	-------------------

Kepatuhan Pajak	760.000	515.968	0.321	Sedang
------------------------	---------	---------	-------	--------

Berdasarkan Tabel Hasil Uji Predictive Relevance , diperoleh nilai Q^2 untuk variabel Kepatuhan Pajak sebesar 0,321 yang dihitung dari nilai SSO sebesar 760,000 dan SSE sebesar 515,968. Nilai Q^2 tersebut lebih besar dari 0, sehingga menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediktif yang baik terhadap variabel Kepatuhan Pajak. Nilai Q^2 sebesar 0,321 termasuk dalam kategori sedang (medium predictive relevance). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Tax Morale, Keadilan Pajak, dan Sanksi Pajak memiliki kemampuan yang cukup baik dalam memprediksi variasi Kepatuhan Pajak Content Creator. Maka model struktural yang dibangun dalam penelitian ini telah memiliki relevansi prediktif yang memadai dan layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti.

Tabel 4. 23 Hasil Uji Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (\O/STDEV)	P Values	Keterangan
TF>KP	0.349	0.344	0.056	6.251	0.000	Diterima
SP>KP	0.240	0.242	0.054	4.422	0.000	Diterima
TM>KP	0.485	0.491	0.057	8.523	0.001	Diterima

Berdasarkan tabel 4.23 hasil uji hipotesis diatas, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Tax Morale terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel Tax Morale memperoleh nilai *path coefficient* sebesar 0,485, nilai *t-statistic* sebesar

8,523, serta *p-value* sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Tax Morale memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator. Temuan ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat moralitas pajak yang dimiliki wajib pajak, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa Tax Morale berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator dapat dinyatakan diterima. 2. Pengaruh Keadilan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator

2. Pengaruh Keadilan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel Keadilan Pajak memiliki nilai *path coefficient* sebesar 0,349, nilai *t-statistic* sebesar 6,251, dan *p-value* sebesar 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Keadilan Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik persepsi wajib pajak terhadap keadilan dalam sistem perpajakan, semakin tinggi pula tingkat kepatuhan mereka dalam menjalankan kewajiban perpajakan. Hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa Keadilan Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator dinyatakan diterima.

3. Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator

Berdasarkan hasil analisis data, variabel Sanksi Pajak memperoleh nilai *path coefficient* sebesar 0,240, nilai *t-statistic* sebesar 4,422, dan *p-value* sebesar 0,001. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Sanksi Pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tegas dan konsisten penerapan sanksi perpajakan, semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Sehingga hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa Sanksi Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator dapat diterima.

Secara keseluruhan, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti, yaitu Tax Morale, Keadilan Pajak, dan Sanksi Pajak, terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator. Di antara ketiga variabel tersebut, Tax Morale memiliki pengaruh yang paling kuat dengan nilai koefisien sebesar 0,485. Selanjutnya, Keadilan Pajak menempati urutan kedua dengan nilai koefisien sebesar 0,349, sedangkan Sanksi Pajak memiliki nilai koefisien sebesar 0,240. Hasil tersebut menunjukkan bahwa faktor moralitas pajak menjadi aspek yang paling dominan dalam mendorong kepatuhan wajib pajak *content creator* dibandingkan faktor lainnya yang dianalisis dalam penelitian ini.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh Tax Morale terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan pajak pada *content creator* cenderung meningkat seiring dengan meningkatnya tax morale yang dimiliki. Hal ini menunjukkan bahwa kepatuhan dalam memenuhi kewajiban perpajakan tidak hanya dipengaruhi oleh adanya pengawasan atau ancaman sanksi, tetapi juga oleh kesadaran dari dalam diri wajib pajak. Bagi *content creator*, membayar pajak dipandang sebagai bentuk tanggung jawab terhadap negara, bukan sekadar kewajiban yang harus dipenuhi karena aturan yang berlaku. Mengingat profesi ini umumnya memberikan keleluasaan dalam mengelola

pendapatan dan tidak berada di bawah pengawasan langsung seperti pekerja formal, kesadaran pribadi menjadi faktor yang sangat menentukan dalam mendorong kepatuhan pajak.

Temuan tersebut sejalan dengan Slippery Slope Framework (SSF) yang menjelaskan bahwa kepatuhan pajak dapat terbentuk melalui jalur kepercayaan (*trust path*). Dalam teori ini, *tax morale* menjadi salah satu unsur yang mampu memperkuat kepercayaan wajib pajak terhadap sistem perpajakan. Kepercayaan tersebut kemudian mendorong terbentuknya *voluntary compliance* atau kepatuhan yang muncul atas kemauan sendiri. Ketika *content creator* memiliki pandangan bahwa pajak berperan penting dalam mendukung pembangunan dan meyakini bahwa sistem perpajakan dijalankan dengan baik, mereka akan lebih terdorong untuk memenuhi kewajiban perpajakannya secara sukarela.

Besarnya pengaruh *tax morale* dalam penelitian ini juga dapat dijelaskan oleh karakteristik responden yang berasal dari kalangan *content creator*. Berbeda dengan pegawai yang pajaknya dipotong langsung oleh pemberi kerja, *content creator* memiliki kebebasan yang lebih besar dalam mengatur, mencatat, dan melaporkan penghasilannya. Kondisi tersebut menyebabkan perilaku kepatuhan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor internal dibandingkan pengawasan dari pihak luar. Sehingga, moralitas pajak menjadi aspek yang sangat penting dalam membentuk kepatuhan perpajakan pada kelompok wajib pajak ini.

Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian yang dilakukan oleh Zahra Arifiana dan Slamet Wahyudi (2025) yang menunjukkan bahwa *tax morale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil yang serupa juga ditemukan oleh Ade Asriny Y. Tanggu (2021), yang menyatakan bahwa peningkatan *tax morale* akan diikuti oleh peningkatan tingkat kepatuhan pajak. Selain itu, penelitian Simanjuntak dan Sudjiman (2023) menegaskan bahwa

moralitas pajak memiliki peran penting dalam meningkatkan kepatuhan melalui kesadaran dan rasa tanggung jawab wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tax morale merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling besar terhadap kepatuhan wajib pajak *content creator* dibandingkan variabel lain yang diteliti. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur dan *effect size* yang lebih tinggi dibandingkan variabel lainnya. Upaya untuk meningkatkan kepatuhan pajak pada sektor ekonomi digital, khususnya di kalangan *content creator*, perlu diarahkan pada penguatan kesadaran moral, tanggung jawab sosial, serta pemahaman mengenai pentingnya pajak sebagai sumber pembiayaan pembangunan negara.

4.5.2 Pengaruh Keadilan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keadilan pajak merupakan salah satu faktor yang berperan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak *content creator*. Semakin positif penilaian wajib pajak terhadap keadilan sistem perpajakan, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menjalankan kewajiban perpajakan dengan baik. Konsep keadilan pajak tidak hanya berhubungan dengan besaran pajak yang harus dibayar, tetapi juga mencakup kesetaraan perlakuan, kejelasan aturan, transparansi kebijakan, serta konsistensi dalam penerapan ketentuan perpajakan kepada seluruh wajib pajak.

Bagi *content creator*, persepsi terhadap keadilan pajak menjadi hal yang penting karena sumber penghasilan yang dimiliki umumnya beragam dan berasal dari berbagai aktivitas digital. Apabila mereka merasa bahwa sistem perpajakan diterapkan secara adil, baik dalam proses administrasi maupun dalam penentuan kewajiban pajak, maka mereka akan lebih mudah menerima dan melaksanakan kewajiban

tersebut. Sebaliknya, jika terdapat anggapan bahwa sistem perpajakan tidak memberikan perlakuan yang adil, tingkat kepatuhan wajib pajak berpotensi menurun.

Temuan ini sejalan dengan Slippery Slope Framework (SSF) yang menjelaskan bahwa keadilan merupakan salah satu faktor yang dapat membangun kepercayaan (*trust*) wajib pajak terhadap otoritas perpajakan. Ketika wajib pajak merasa bahwa sistem perpajakan berjalan secara adil, kepercayaan terhadap otoritas pajak akan meningkat. Kepercayaan tersebut kemudian mendorong terbentuknya *voluntary compliance*, yaitu kepatuhan yang muncul atas kesadaran dan kemauan sendiri. Sehingga kepatuhan pajak tidak hanya dipengaruhi oleh pengawasan dan penegakan hukum, tetapi juga oleh keyakinan bahwa sistem perpajakan diterapkan secara adil dan bermanfaat bagi kepentingan bersama.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Heang Boong Taing dan Yongjin Chang (2020), yang menemukan bahwa *tax fairness* memiliki pengaruh positif terhadap niat wajib pajak untuk patuh. Temuan serupa disampaikan oleh Shafaruddin et al. (2022) yang menyatakan bahwa berbagai aspek keadilan pajak berpengaruh signifikan terhadap perilaku kepatuhan wajib pajak. Selain itu, penelitian Nadia Salsabila dan Imahda Khoiri Furqon (2020) menunjukkan bahwa persepsi keadilan perpajakan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa keadilan pajak merupakan faktor penting yang berkontribusi terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak *content creator*. Walaupun pengaruhnya tidak sebesar tax morale, persepsi mengenai keadilan tetap memiliki peran yang kuat dalam membangun kepercayaan wajib pajak terhadap otoritas perpajakan. Peningkatan kepatuhan pada sektor ekonomi digital perlu

didukung oleh kebijakan perpajakan yang diterapkan secara konsisten, transparan, serta mampu memberikan rasa keadilan kepada seluruh wajib pajak.

4.5.3 Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sanksi pajak masih menjadi salah satu faktor yang berperan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak *content creator*. Semakin kuat keyakinan wajib pajak bahwa sanksi perpajakan diterapkan secara tegas dan pasti, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk mematuhi ketentuan perpajakan. Dalam hal ini, sanksi pajak berfungsi sebagai alat pengendalian yang memberikan konsekuensi atas pelanggaran yang dilakukan wajib pajak, sehingga dapat mendorong mereka untuk memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Pada profesi *content creator*, keberadaan sanksi pajak memiliki arti yang cukup penting karena aktivitas pekerjaan yang dilakukan umumnya bersifat mandiri dan tidak berada dalam sistem pengawasan formal seperti pegawai yang bekerja pada suatu perusahaan. Kondisi tersebut menyebabkan wajib pajak memiliki keleluasaan yang lebih besar dalam mengelola penghasilannya. Penerapan sanksi yang jelas dapat menjadi pengingat bahwa setiap pelanggaran perpajakan memiliki akibat hukum yang nyata. Kesadaran akan adanya konsekuensi tersebut mendorong *content creator* untuk lebih teliti dalam menghitung, membayar, dan melaporkan pajaknya.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan Slippery Slope Framework (SSF) yang menjelaskan bahwa sanksi pajak merupakan bagian dari dimensi *power of authorities*. Dalam kerangka tersebut, otoritas perpajakan memerlukan kekuatan untuk menegakkan aturan agar tingkat kepatuhan wajib pajak tetap terjaga. Meskipun kepatuhan yang

muncul secara sukarela menjadi tujuan utama, keberadaan sanksi tetap dibutuhkan sebagai sarana penegakan hukum yang dapat mencegah terjadinya pelanggaran perpajakan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Zahra Arifiana dan Slamet Wahyudi (2025) yang menemukan bahwa *tax penalties* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Temuan yang sama juga diperoleh oleh Anthonia Ditha Sendy Pratiwi dan Klemensia Erna Christina Sinaga (2023), yang menyatakan bahwa sanksi pajak dapat meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak. Selain itu, penelitian Ade Asriny Y. Tanggu (2021) menunjukkan bahwa penerapan sanksi perpajakan yang tegas berkontribusi dalam mendorong wajib pajak untuk lebih patuh terhadap kewajiban perpajakannya.

Dibandingkan dengan variabel *tax morale* dan keadilan pajak, pengaruh sanksi pajak dalam penelitian ini tergolong lebih rendah. Hal tersebut terlihat dari nilai koefisien jalur dan *effect size* yang merupakan yang terkecil di antara ketiga variabel independen yang diteliti. Temuan ini menunjukkan bahwa pada kelompok wajib pajak *content creator*, faktor yang berasal dari dalam diri wajib pajak, seperti kesadaran moral dan persepsi terhadap keadilan sistem perpajakan, memiliki peran yang lebih besar dalam membentuk kepatuhan dibandingkan faktor yang bersifat paksaan. Upaya peningkatan kepatuhan pajak tidak hanya perlu dilakukan melalui penegakan sanksi, tetapi juga melalui penguatan moralitas pajak serta peningkatan persepsi keadilan dalam sistem perpajakan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis data dengan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) pada penelitian yang membahas pengaruh *tax morale*, persepsi keadilan pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak *content creator* di Kota Malang, diperoleh beberapa hasil yang menjadi dasar penarikan kesimpulan berikut:

1. Pengaruh Tax Morale terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tax morale* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *content creator* di Kota Malang. Hal ini berarti bahwa semakin baik moralitas pajak yang dimiliki oleh *content creator*, maka semakin tinggi pula kepatuhan mereka dalam menjalankan kewajiban perpajakan. Individu yang memiliki moralitas pajak yang baik cenderung melihat pembayaran pajak tidak hanya sebagai kewajiban yang diatur oleh hukum, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab kepada masyarakat dan negara.

Temuan ini menunjukkan bahwa faktor yang berasal dari dalam diri wajib pajak, seperti kesadaran, nilai-nilai etika, serta rasa tanggung jawab sosial, berperan penting dalam mendorong kepatuhan perpajakan, khususnya pada profesi *content creator* yang bekerja secara mandiri. Jika dikaitkan dengan Slippery Slope Framework, *tax morale* merupakan bagian dari aspek *trust* yang dapat mendorong munculnya *voluntary compliance* atau kepatuhan yang timbul atas kemauan sendiri tanpa paksaan dari otoritas pajak. Sehingga semakin tinggi tingkat moralitas pajak yang dimiliki wajib pajak, semakin besar pula kemauan mereka untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara tepat, lengkap, dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

2. Pengaruh Keadilan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keadilan pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *content creator* di Kota Malang. Temuan ini mengindikasikan bahwa pandangan wajib pajak terhadap tingkat keadilan dalam sistem perpajakan berperan penting dalam membentuk kepatuhan mereka. Apabila wajib pajak menilai bahwa aturan perpajakan diterapkan secara adil, baik dalam penentuan tarif, pelaksanaan prosedur, maupun penerapan kebijakan, maka kepercayaan terhadap otoritas pajak akan meningkat. Tingginya kepercayaan tersebut dapat mendorong wajib pajak untuk menjalankan kewajiban perpajakannya dengan lebih patuh. Sebaliknya, jika sistem perpajakan dianggap tidak adil, kepercayaan kepada pemerintah dan otoritas pajak dapat berkurang sehingga kepatuhan wajib pajak juga cenderung menurun.

Temuan ini sejalan dengan konsep Slippery Slope Framework yang menjelaskan bahwa persepsi keadilan menjadi salah satu faktor yang dapat membangun *trust* terhadap otoritas pajak. Bagi *content creator* yang bekerja secara mandiri dengan tingkat pendapatan yang tidak selalu tetap, penilaian terhadap keadilan sistem perpajakan menjadi aspek yang penting dalam memengaruhi keputusan mereka untuk patuh terhadap kewajiban perpajakan.

3. Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sanksi pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak *content creator* di Kota Malang. Temuan ini mengindikasikan bahwa penerapan sanksi yang tegas dan konsisten dapat meningkatkan kesadaran wajib pajak untuk menjalankan kewajiban perpajakannya dengan baik. Adanya

sanksi membuat wajib pajak mempertimbangkan risiko dan konsekuensi yang dapat timbul apabila tidak mematuhi peraturan perpajakan. Sehingga wajib pajak cenderung lebih berhati-hati dalam menghitung, membayar, serta melaporkan pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Berdasarkan Slippery Slope Framework, sanksi pajak menggambarkan aspek *power of authorities*, yaitu kemampuan otoritas pajak dalam menegakkan aturan melalui pengawasan dan tindakan hukum. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak tidak hanya bergantung pada kepercayaan terhadap pemerintah dan kesadaran moral individu, tetapi juga memerlukan penegakan aturan yang didukung oleh penerapan sanksi. Hal ini menjadi semakin penting pada sektor ekonomi digital, termasuk profesi *content creator*, yang aktivitasnya lebih sulit diawasi secara langsung dibandingkan sektor usaha konvensional.

5.2 Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

a) Penelitian ini hanya mengkaji pengaruh tax morale, keadilan pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak *content creator* di Kota Malang. Penelitian berikutnya dapat memperluas cakupan responden dengan melibatkan berbagai profesi lain dalam sektor ekonomi digital, seperti *influencer*, *streamer*, *affiliate marketer*, *freelancer* digital, serta pelaku usaha yang memanfaatkan platform digital. Dengan cakupan yang lebih luas, penelitian di masa mendatang diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan perpajakan pada berbagai jenis pekerjaan di era digital.

b) Berdasarkan hasil penelitian, variabel tax morale, keadilan pajak, dan sanksi pajak mampu menjelaskan tingkat kepatuhan wajib pajak sebesar 66,4%. Sementara itu, sebesar 33,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang belum dianalisis dalam penelitian ini. Sehingga, penelitian mendatang disarankan untuk memasukkan variabel tambahan yang berpotensi memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Beberapa faktor yang dapat dijadikan pertimbangan antara lain literasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan yang diberikan fiskus, tingkat kepercayaan terhadap pemerintah, kemudahan penggunaan layanan perpajakan berbasis digital, serta pengetahuan perpajakan yang dimiliki wajib pajak. Dengan menambahkan variabel-variabel tersebut, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memberikan penjelasan yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak.

c) Penelitian di masa mendatang disarankan untuk melibatkan wilayah penelitian yang lebih luas serta periode pengamatan yang lebih panjang agar hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi yang lebih representatif. Selain itu, peneliti berikutnya dapat mempertimbangkan penggunaan pendekatan penelitian lain, untuk menggali informasi secara lebih mendalam terkait pandangan, alasan, dan motivasi wajib pajak *content creator* dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Melalui pendekatan tersebut, pemahaman mengenai perilaku kepatuhan pajak pada sektor ekonomi digital diharapkan dapat diperoleh secara lebih lengkap dan menyeluruh.

2. Bagi Pelaku Content Creator

Content creator sebagai salah satu pelaku dalam ekonomi digital perlu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terkait ketentuan perpajakan, baik mengenai hak maupun kewajiban yang timbul dari penghasilan yang diperoleh melalui berbagai platform digital. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tax morale, keadilan pajak, dan

sanksi pajak memengaruhi kepatuhan wajib pajak, penting bagi *content creator* untuk menyadari bahwa membayar pajak tidak hanya merupakan kewajiban yang diatur oleh peraturan, tetapi juga merupakan bentuk partisipasi dalam mendukung pembangunan negara. Selain itu, *content creator* disarankan untuk melakukan pencatatan penghasilan secara teratur dan transparan sehingga proses perhitungan, pembayaran, serta pelaporan pajak dapat dilakukan dengan lebih mudah, tepat, dan sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an al-Karim dan Terjemahannya.
- Agnez, (2025, March 29). *Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia Capai Rp487 Triliun pada 2024*.
- Alexander Phyllis, & Balavac-Orlic Merima. (2022). Tax morale: Framing and fairness. *Economic Systems*, 46(1).
<https://doi.org/10.1016/j.ecosys.2021.100936>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik Telekomunikasi Indonesia* (Vol. 13).
- Becker, G. S., & Landes, W. M. . (1974). *Crime and punishment: an economic approach*. National Bureau of Economic Research : distributed by Columbia University Press.
- Christoph Kogler, Larissa M. Batrancea, Erich Kirchler, & Jerome Olsen. (2023). Perceptions of trust and power are associated with tax compliance: A cross-cultural study. *Economic and Political Studies*, 11(3), 365–381.
<https://doi.org/10.1080/20954816.2022.2130501>
- Cummings, R. G., Martinez-vazquez, J., Mckee, M., & Torgler, B. (2009). Tax morale affects tax compliance : Evidence from surveys and an artefactual field experiment. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 70, 447–457. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2008.02.010>
- Erich Kirchler. (2007). *The Economic Psychology of Tax Behaviour*.
- Farrar, J., Massey, D. W., Osecki, E., & Thorne, L. (2020). Tax Fairness: Conceptual Foundations and Empirical Measurement. *Journal of Business Ethics*, 162(3), 487–503. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-4001-4>
- Gangl, K., Hofmann, E., Hartl, B., & Berkics, M. (2020). The impact of powerful authorities and trustful taxpayers: evidence for the extended slippery slope framework from Austria, Finland, and Hungary. *Policy Studies*, 41(1), 98–111. <https://doi.org/10.1080/01442872.2019.1577375>
- Girish Hiranandani, & Manish Wadhwani. (2023). Content Creation 2.0: A World Where Everyone is a Producer and Consumer. *International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology*, 503–506.
<https://doi.org/10.48175/ijarsct-12074>
- Jr, J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2010). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS Multivariate Data Analysis*.
- Kirchler, E. (2007). *The Economic Psychology of Tax Behaviour*. 1–303.

- Kirchler, E., Hoelzl, E., & Wahl, I. (2008). Enforced versus voluntary tax compliance: The “slippery slope” framework. *Journal of Economic Psychology*, 29(2), 210–225. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2007.05.004>
- Maharani, G. A. A. I., Endiana, I. D. M., & Kumalasari, P. D. (2021). Pengaruh Moral Wajib Pajak, Sanksi Pajak, Sistem Pajak, Pemeriksaan Pajak Dan Tarif Pajak Terhadap Persepsi Wajib Pajak Mengenai Etika Atas Tax Evasion. *Jurnal Kharisma*, 3(1), 63–72.
- Mitu, N. E. (2020). Voluntary Tax Compliances as a Form of Social Responsibility: Factors of Influences. *CSR, Sustainability, Ethics and Governance*, 223–242. https://doi.org/10.1007/978-3-030-39229-1_14
- Supriyati, Hapsari, I., & Nahumury, J. (2024). The influence of trust in the government, perceived fairness, and tax morale on taxpayer compliance: Implications for budget formation. *Public and Municipal Finance*, 13(2), 129–139. [https://doi.org/10.21511/pmf.13\(2\).2024.11](https://doi.org/10.21511/pmf.13(2).2024.11)
- Wenzel, M. (2017). Tax compliance and the psychology of justice: Mapping the field. *Taxing Democracy: Understanding Tax Avoidance and Evasion*, 41–70. <https://doi.org/10.4324/9781315241746-9>
- Darmayasa, I. N., Hardika, N. S., Arsana, I. M. M., & Putrayasa, I. M. A. (2024a). Accountants’ perspective on tax amnesty enhances tax compliance dimensions in extended slippery slope framework. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2358161>
- DDTC. (2025). *Aspek*. <https://news.ddtc.co.id/berita/nasional/1812905/aspek-perpajakan-influencer-di-indonesia>
- DDTCnews. (2024, August 5). *Kantor Pajak Kunjungi Alamat Youtuber, Sampaikan SP2D*. <https://news.ddtc.co.id/berita/daerah/1804533/kantor-pajak-kunjungi-alamat-youtuber-sampaikan-sp2dk>
- Erich Kirchler. (2007). *The Economic Psychology of Tax Behaviour*.
- Feld, L. P. ;, & Frey, B. S. (2007). *Tax Compliance as the Result of a Psychological Tax Contract: The Role of Incentives and Responsive Regulation Standard-Nutzungsbedingungen*.
- Gangl, K., Hofmann, E., Hartl, B., & Berkics, M. (2020). The impact of powerful authorities and trustful taxpayers: evidence for the extended slippery slope framework from Austria, Finland, and Hungary. *Policy Studies*, 41(1), 98–111. <https://doi.org/10.1080/01442872.2019.1577375>

- Girish Hiranandani, & Manish Wadhvani. (2023). Content Creation 2.0: A World Where Everyone is a Producer and Consumer. *International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology*, 503–506. <https://doi.org/10.48175/ijarsct-12074>
- Gabriela, M., & Rodríguez, L. (2022). Factors Explaining Tax Compliance. *Journal of Finance and Financial Law*, 69–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.18778/2391-6478.S.2022.05>
- Hadiwibowo, I., Jufri, A., Herdina, T. A., & Ibrahim, F. (2023). Taxpayer Compliance: Determinants of Tax Administration and Tax Volunteer Moderation. *West Science Business and Management*, 1(05), 459–471. <https://doi.org/https://doi.org/10.58812/wsbm.v1i05.498>
- Kemenkeu. (2025, January 6). *Kinerja Pendapatan Negara Tahun 2024 Tumbuh Positif*. <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Pendapatan-Negara-Tahun-2024-Tumbuh-Positif>
- Kirchler, E. (2007). *The Economic Psychology of Tax Behaviour*. 1–303.
- Kirchler, E., Hoelzl, E., & Wahl, I. (2008). Enforced versus voluntary tax compliance: The “slippery slope” framework. *Journal of Economic Psychology*, 29(2), 210–225. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2007.05.004>
- Kirchler, E., Kogler, C., & Muehlbacher, S. (2014). Cooperative Tax Compliance: From Deterrence to Deference. *Current Directions in Psychological Science*, 23(2), 87–92. <https://doi.org/10.1177/0963721413516975>
- Kogler, C., Muehlbacher, S., & Kirchler, E. (2015). Testing the “slippery slope framework” among self-employed taxpayers. *Economics of Governance*, 16(2), 125–142. <https://doi.org/10.1007/s10101-015-0158-9>
- Kogler, C., Olsen, J., Kirchler, E., Batrancea, L. M., & Nichita, A. (2023). Perceptions of trust and power are associated with tax compliance: A cross-cultural study. *Economic and Political Studies*, 11(3), 365–381. <https://doi.org/10.1080/20954816.2022.2130501>
- Linawati, L., & Djaddang, S. (2024). Tax Compliance Berbasis Slippery Slope Model: A Systematic Literature Review of Correlations. *Jurnal Greenation Ilmu Akuntansi*, 2(2), 80–90. <https://doi.org/10.38035/jgia.v2i2.69>
- Mandiri Institute. (2022). *Daily Economic and Market Review*.

- Mitu, N. E. (2020). Voluntary Tax Compliances as a Form of Social Responsibility: Factors of Influences. *CSR, Sustainability, Ethics and Governance*, 223–242. https://doi.org/10.1007/978-3-030-39229-1_14
- OECD. (2023). *Tax Administration 2023 OECD*.
- OECD. (2025, June 11). *Government at a Glance 2025*. https://www.oecd.org/en/publications/2025/06/government-at-a-glance-2025_70e14c6c/full-report/structure-of-government-revenues_23e6e086.html
- Singh, R. (2024). Analyzing the Challenges and Opportunities for Tax Compliance in the Digital Economy. In *Journal of Informatics Education and Research* (Vol. 4).
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.
- Thomas Appiah, Joseph Akadeagre Agana, & Daniel Domeher. (2024). Tax Knowledge, Trust in Government, and Voluntary Tax Compliance: Insights From an Emerging Economy. *SAGE Open*, 14(2). <https://doi.org/10.1177/21582440241234757>
- Torgler, B. (2013). Tax Compliance and Tax Morale. In *Tax Compliance and Tax Morale*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781847207203>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Pengaruh Tax Morale, Keadilan Pajak, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan
Wajib Pajak *Content Creator* di Kota Malang Tahun 2026

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Responden merupakan content creator yang berdomisili di Kota Malang, aktif memproduksi konten digital pada platform media sosial dan/atau aplikasi e-commerce, memperoleh penghasilan dari aktivitas digital tersebut, serta berpotensi menjadi wajib pajak atau telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
2. Mohon diberi tanda checklist (✓) pada kolom jawaban yang paling sesuai menurut Saudara/i. Pendapat Saudara/i dinyatakan dalam skala 1 sampai dengan 5 dengan penjelasan sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Netral (N)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

3. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban.
4. Mohon memberikan jawaban yang sebenarnya sesuai dengan kondisi dan pengalaman Saudara/i. Seluruh informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.
5. Setelah seluruh pertanyaan terisi, mohon untuk memeriksa kembali jawaban yang telah diberikan sebelum mengumpulkan kuesioner.

B. Kriteria Responden

Responden yang dapat mengisi kuesioner ini harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Aktif memproduksi konten digital pada platform media sosial dan/atau aplikasi e-commerce (TikTok, Instagram, Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan platform sejenis).
2. Memperoleh penghasilan dari aktivitas digital tersebut.
3. Berpotensi menjadi wajib pajak atau telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
4. Bersedia mengisi kuesioner penelitian secara lengkap dan jujur.
5. Berdomisili di Kota Malang.

C. Identitas Responden

Nama/Inisial Responden :

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Domisili : ☐ Kedungkandang ☐ Sukun ☐ Klojen

☐ Lowokwaru ☐ Blimbing

Usia : ☐ < 20 tahun ☐ 21–25 tahun

☐ 26–30 tahun ☐ > 30 tahun

Platform yang Digunakan : ☐ TikTok ☐ Shopee

☐ Instagram ☐ Tokopedia

☐ Bukalapak ☐ Facebook

Lama Menjadi Content Creator :

1.	Saya merasa bahwa membayar pajak merupakan kewajiban moral sebagai warga negara yang baik.					
2.	Saya membayar pajak secara sukarela					
3.	Saya melaporkan pajak saya secara sukarela					
4.	Saya merasa bersalah jika saya tidak membayar pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku.					
5.	Saya merasa bahwa sistem perpajakan saat ini diterapkan secara adil kepada semua wajib pajak					
6.	Saya percaya bahwa sistem pajak yang adil akan meningkatkan kepatuhan pajak					
Keadilan Pajak						
7.	Saya merasa pajak yang dibayarkan masyarakat memberikan manfaat bagi pembangunan dan pelayanan publik.					
8.	Saya merasa pemerintah menggunakan pajak untuk kepentingan masyarakat.					
9.	Saya merasa besarnya pajak yang dikenakan mempertimbangkan kemampuan ekonomi wajib pajak.					
10.	Saya merasa beban pajak yang harus dibayar sudah sebanding dengan tingkat penghasilan yang diperoleh.					
Sanksi Pajak						
11.	Keberadaan sanksi pajak membuat wajib pajak lebih patuh terhadap kewajiban perpajakan					

12.	Ancaman sanksi pajak membuat wajib pajak enggan melakukan pelanggaran perpajakan					
13.	Sanksi administrasi pajak diberikan sesuai dengan jenis pelanggaran yang dilakukan wajib pajak.					
14.	Sanksi pidana dikenakan kepada wajib pajak yang memalsukan atau memberikan data pajak yang tidak benar.					
Kepatuhan Pajak						
15.	Saya mengisi dan melaporkan SPT pajak dengan benar, lengkap, dan sesuai.					
16.	Saya jarang menerima surat teguran terkait kewajiban perpajakan					
17.	Saya menghitung jumlah pajak yang harus dibayar sesuai dengan ketentuan perpajakan.					
18.	Saya terbiasa membayar pajak sebelum batas waktu yang ditentukan					
19.	Saya melaporkan SPT tahunan tepat waktu sesuai dengan jadwal pelaporan.					

Lampiran 2 Tabulasi Data

DATA RESPONDEN

Tax Morale						Keadilan Pajak				Sanksi Pajak				Kepatuhan Pajak				
T M 1	T M 2	T M 3	T M 4	T M 5	T M 6	T F 1	T F 2	T F 3	T F 4	S P 1	S P 2	S P 3	S P 4	K P 1	K P 2	K P 3	K P 4	K P 5
5	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5
4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5

5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	5	3	5	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4
5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4
5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5
4	4	3	5	5	3	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5
4	4	5	3	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5
4	5	3	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4
4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4
4	3	5	5	4	3	4	5	4	3	5	4	5	4	4	5	5	5	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	2	4	3	4	4	3	3	5	4	4	5	3	4	4	4	4
4	4	3	2	4	3	5	4	4	3	5	4	5	4	4	4	3	4	3
4	4	3	2	4	3	5	3	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4
5	4	4	5	4	5	2	2	1	1	5	5	5	5	4	4	4	4	4
3	3	3	2	2	3	2	2	2	1	3	4	4	4	3	3	3	3	3
4	2	2	2	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4
5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4
4	2	2	1	1	1	4	1	2	1	2	2	1	1	3	3	3	2	3
4	4	4	3	3	4	2	1	2	2	2	4	3	4	4	4	4	3	4
1	2	1	1	1	2	3	2	4	2	3	1	1	2	2	3	3	4	2
5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4
5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4
3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4
5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4
5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5
4	4	3	4	5	3	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4
4	5	4	4	5	4	5	3	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5
4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4
4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4
5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	3	4	4	5	4	4	5	5
5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	5

3	2	2	1	3	3	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3
5	5	5	5	3	5	2	1	3	3	5	3	3	4	4	3	4	4	4
4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	3	3	4	4	5	4	4	5	5
4	3	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	3	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	3	4
5	5	4	3	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	3	4
5	4	4	5	5	4	3	5	4	3	4	5	4	4	4	5	5	4	5
4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4
4	4	4	3	3	4	4	3	4	2	5	4	4	5	4	4	4	5	4
5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5	4	4	5	5
4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4
4	2	3	1	4	4	3	2	3	1	4	5	4	5	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4
5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	2	2	3	4	5	4	5	5	4
4	5	5	4	3	3	4	5	3	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4
5	4	4	5	4	5	3	2	3	1	4	5	4	4	5	4	4	5	5
5	4	4	5	4	5	2	1	3	2	4	4	5	5	4	5	4	5	5
5	4	4	5	4	4	3	3	2	2	4	3	4	4	4	4	3	4	3
4	4	5	5	4	5	4	3	4	3	1	2	3	3	5	4	5	4	4
4	4	5	5	3	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5
4	4	5	3	5	4	3	5	4	3	4	2	4	4	5	4	5	5	4
4	4	5	2	5	5	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4
4	5	5	3	4	3	4	4	3	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4
4	4	5	5	3	4	2	2	2	2	4	4	5	5	4	5	4	4	4
4	5	3	4	4	3	5	4	4	5	3	4	3	4	4	3	4	5	4
4	4	4	3	4	3	3	5	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	4
4	4	5	5	3	4	3	4	4	3	5	4	4	5	3	4	4	5	4
4	5	5	3	5	4	4	2	4	4	5	4	4	3	5	4	4	5	4
5	4	5	5	4	4	3	4	4	2	4	5	5	4	5	4	4	4	5
4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	3	2	4	4	5	5	4	5	5	4	4
4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
5	4	4	5	3	4	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	2	4	4	2	4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4
4	4	5	3	3	5	2	1	3	3	5	4	5	5	5	5	4	5	4
4	5	5	3	5	4	5	5	4	5	3	5	5	4	5	4	4	5	4
5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	3	5
4	4	4	1	3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4
5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4
5	5	3	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4

4	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5
4	5	3	4	3	4	4	5	5	4	5	3	4	3	5	4	5	4	5
4	4	4	2	3	4	4	3	5	4	5	5	3	4	4	3	4	4	3
4	5	5	4	3	4	4	2	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5
4	4	4	3	2	4	3	2	4	2	4	4	5	4	4	4	3	4	3
5	5	4	5	4	5	4	2	4	3	1	2	3	3	4	3	4	4	3
4	5	4	4	3	4	2	2	3	1	5	5	4	4	4	3	4	3	3
5	4	4	5	4	4	2	1	3	3	2	3	4	4	4	4	3	4	3
4	4	5	5	3	3	2	1	3	3	5	4	5	5	4	5	4	4	5
4	5	5	4	3	3	3	1	3	2	5	4	4	5	3	4	3	3	4
5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5
5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	3	5	5	4	4	5	4	4	4
4	5	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4
4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5
4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	3	5	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4
5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4
5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5
4	4	4	2	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
4	4	4	2	3	4	4	1	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5
5	5	4	3	5	4	2	1	3	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4
5	4	4	4	5	5	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	2	4	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5
5	4	4	4	3	5	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	2	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	5	3	5	2	2	2	1	3	3	3	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	3	2	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	2	2	4	1	2	3	2	3	3	3	4	2	4	3	3	3
3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3
4	4	4	3	3	4	4	2	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4
5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4
5	5	4	5	4	5	3	1	2	3	5	4	5	4	4	4	5	5	4
4	5	5	3	5	4	4	2	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4
5	4	4	2	4	5	3	1	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5
4	4	4	1	4	3	5	4	5	4	2	4	4	4	4	5	4	5	4
5	3	4	4	3	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4
5	4	3	4	3	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5
4	5	3	4	3	5	4	5	5	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4

4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	5	3	4	5	4	4	5	5	4
4	3	3	4	3	3	1	1	2	2	5	5	4	5	3	4	3	4	4
5	4	4	5	3	3	5	5	4	5	2	2	3	4	5	4	5	5	4
4	4	5	4	3	4	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	2	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
5	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4
3	2	3	3	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	3	3	2	3	3
4	4	3	2	3	3	5	5	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	5	3	4	4	2	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5	2	2	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5	4	2	2	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4
4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	3	5	4	4	5	5
4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	4	3	5	4	4	5	5
4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	5
4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4
4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	5	4	4	5	4	5	5	3	4
4	4	4	5	5	4	5	3	4	4	3	5	5	4	5	4	5	5	4
4	4	4	5	5	4	5	3	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5
4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	2	2	4	4	4	4	4	5	5
4	5	5	3	2	4	2	2	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	5
5	4	4	5	4	4	2	3	3	1	4	4	5	4	4	4	3	4	3
5	4	5	5	3	4	4	3	2	2	5	4	4	5	4	5	5	4	4
4	5	5	4	4	5	5	3	4	4	2	2	3	4	4	5	4	4	4
5	4	4	5	5	4	3	4	2	2	4	5	5	4	5	4	4	5	4

Lampiran 3 Hasil Uji

1. Hasil Uji Coba Instrumen

a) Uji Validitas

Variabel	Item	Outer Loading	AVE	Keterangan
Tax Morale	TM1	0,930	0,785	Valid
	TM2	0,934		Valid
	TM3	0,908		Valid
	TM4	0,800		Valid
	TM5	0,888		Valid
	TM6	0,848		Valid
	TF1	0,842	0,685	Valid

Tax Fairness	TF2	0,845		Valid
	TF3	0,899		Valid
	TF4	0,713		Valid
Tax Sanctions	SP1	0,889	0,737	Valid
	SP2	0,869		Valid
	SP3	0,909		Valid
	SP4	0,759		Valid
Kepatuhan Pajak	KP1	0,828	0,688	Valid
	KP2	0,733		Valid
	KP3	0,864		Valid
	KP4	0,868		Valid
	KP5	0,847		Valid

b) Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability	Keterangan
Tax Morale	0,945	0,948	Reliabel
Tax Fairness	0,844	0,855	Reliabel
Tax Sanctions	0,88	0,897	Reliabel
Kepatuhan Pajak	0,886	0,892	Reliabel

2. Hasil Analisis Data

a) Hasil Uji Outer Loadings

	X1	X2	X3	Y
KP1	0.735			
KP2	0.646			
KP3	0.726			
KP4	0.679			
KP5	0.735			
SP1		0.753		
SP2		0.744		
SP3		0.860		

SP4		0.804		
TF1			0.810	
TF2			0.797	
TF3			0.797	
TF4			0.843	
TM1				0.747
TM2				0.713
TM3				0.714
TM4				0.701
TM5				0.650
TM6				0.741

b) Hasil Uji *Average Variance Extracted* (AVE)

	AVE
X1	0.506
X2	0.659
X3	0.627
Y	0.502

c) Hasil Uji Heteroit-Monotrait Ratio (HTMT)

	Keadilan Pajak	Kepatuhan Pajak	Sanksi Pajak	Tax Morale
Keadilan Pajak				
Kepatuhan Pajak	0.683			
Sanksi Pajak	0.246	0.682		
Tax Morale	0.355	0.899	0.563	

d) Hasil *Fornell Lacker*

	TF	KP	SP	TM
TF	0.812			
KP	0.549	0.709		
SP	0.220	0.546	0.792	
TM	0.304	0.704	0.472	0.711

e) Hasil *Cross Loadings*

	TF	KP	SP	TM
KP1	0.584	0.422	0.318	0.735
KP2	0.469	0.342	0.442	0.646
KP3	0.467	0.382	0.405	0.726
KP4	0.476	0.413	0.362	0.697
KP5	0.490	0.382	0.414	0.735
SP1	0.243	0.120	0.753	0.317
SP2	0.339	0.112	0.744	0.376
SP3	0.475	0.249	0.860	0.549
SP4	0.385	0.179	0.804	0.432
TF1	0.170	0.810	0.078	0.376
TF2	0.222	0.797	0.179	0.431
TF3	0.207	0.797	0.210	0.412
TF4	0.355	0.843	0.225	0.536
TM1	0.744	0.112	0.382	0.478
TM2	0.713	0.320	0.313	0.468
TM3	0.714	0.160	0.366	0.534
TM4	0.701	0.115	0.304	0.455
TM5	0.650	0.410	0.289	0.534
TM6	0.741	0.165	0.354	0.519

f) Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach' Alpha</i>	<i>Composite Reliability (CR)</i>
TF	0.804	0.860
KP	0.829	0.886
SP	0.804	0.870
TM	0.751	0.834

g) Hasil Uji *R Square*

	R Square	Adjusted R Square
Kepatuhan Pajak	0.664	0.657

h) Hasil Uji *F-Square*

	F-Square
TM > KP	0.513
TF > KP	0.325
SP > KP	0.133

i) Hasil Uji *Predictive Relevance (Q²)*

	SSO	SSE	Q² (=1-SSE/SSO)	Keterangan
Kepatuhan Pajak	760.000	515.968	0.321	Sedang

j) Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (\O/STDEV\)	P Values	Keterangan
--	----------------------------	------------------------	-----------------------------------	---------------------------------	-----------------	-------------------

TF>KP	0.349	0.344	0.056	6.251	0.000	Diterima
SP>KP	0.240	0.242	0.054	4.422	0.000	Diterima
TM>KP	0.485	0.491	0.057	8.523	0.000	Diterima

Lampiran 4 Biodata Penulis

Nama : Salsanabilah Andina Putri
 Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 9 Agustus 2004
 Alamat : JL.Simpang Teluk Bayur No.38E, Blimbing
 Telepon/HP : 082131527824
 E-mail : Andinasalsa07@gmail.com

Pendidikan Formal

2008-2009	: TK
2009-2015	: SDN Pandanwangi 3
2015-2018	: SMPN 14 Malang
2018-2021	: SMKN 8 Malang
2022-2026	: UIN Malang Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non-Formal

2022-2023	: PKPBI (Program Khusus Pendidikan Bahasa Arab) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2023-2024	: English Language Center (ELC) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Pengalaman Organisasi

- 1) Himpunan Mahasiswa program studi akuntansi auditing UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Lampiran 5 Jurnal Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI

Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 220502110063
 Nama : Salsanabilah Andina Putri
 Fakultas : Ekonomi
 Program Studi : Akuntansi
 Dosen Pembimbing : Fatmawati Zahroh, M.S.A
 Judul Skripsi : Pengaruh *Tax Morale*, Keadilan Pajak, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* di Kota Malang

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	9 Agustus 2025	bimbingan pertama, pengajuan judul skripsi	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
2	15 September 2025	bimbingan pengajuan mengenai isi latar belakang (gap dan novelty)	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
3	17 September 2025	pengajuan judul baru, serta gap research dan novelty	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
4	14 Oktober 2025	bimbingan latar belakang	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
5	29 Oktober 2025	bimbingan bab 2, dan indikator variabel	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
6	12 November 2025	bimbingan untuk penentuan populasi dan rumus sampel. penelitian terdahulu dan hipotesis penelitian	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
7	5 Desember 2025	perbaikan rumus sample	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
8	18 April 2026	bimbingan instrumen penelitian	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
9	19 April 2026	acc instrumen	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
10	2 Mei 2026	revisi teknik sampling	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi

11	7 Mei 2026	bimbingan uji pilot	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
12	17 Juni 2026	bimbingan bab 4-5	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi

Malang, 17 Juni 2026

Dosen Pembimbing



Fatmawati Zahroh, M.S.A

Lampiran 6 Bebas Plagiarisme

19/06/26, 14.36

Print Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rohmatulloh Salis, M.Pd
NIP : 198409302023211006
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Salsanabilah Andina Putri
NIM : 220502110063
Konsentrasi : Perpajakan
Judul Skripsi : **PENGARUH *TAX MORALE*, KEADILAN PAJAK DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK *CONTENT CREATOR* DI KOTA MALANG**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
25%	15%	13%	23%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 19 Juni 2026

UP2M



Rohmatulloh Salis, M.Pd