



<https://ojs.ukipaulus.ac.id/index.php/psnp>

Seminar Nasional Humanesia Pascasarjana

(Humaniora, Ekonomi, Bisnis, Manajemen, Hukum dan Sosiologi)
Universitas Kristen Indonesia Paulus
Makassar, Indonesia



Kepercayaan Wajib Pajak sebagai Mediator dalam Hubungan Digitalisasi dan Kepatuhan Pajak

Muliani Mangngalla'

Universitas Kristen Indonesia Paulus, Makassar, Indonesia

muliani@ukipaulus.ac.id

Keyword:

Tax Digitalization,
Taxpayer Trust,
Tax Compliance,
Technology
Acceptance
Model, Coretax .

Kata Kunci:

Digitalisasi
Perpajakan,
Kepercayaan
Wajib Pajak,
Kepatuhan Pajak,
Technology
Acceptance
Model, Coretax

Abstract: *Tax administration digitalization through the implementation of the Coretax Administration System has become an important part of tax transformation in Indonesia. However, the increasing use of digital tax services has not been fully accompanied by improved taxpayer compliance. This study aims to analyze the effect of digitalization on tax compliance and examine the role of taxpayer trust as a mediating variable. This study employed a quantitative approach using a survey of 100 individual taxpayers registered at KPP Pratama Makassar Selatan, selected through purposive sampling. Data were collected using questionnaires. The results show that digitalization has a positive and significant effect on tax compliance and taxpayer trust. Taxpayer trust also has a positive and significant effect on tax compliance. Furthermore, taxpayer trust significantly mediates the relationship between digitalization and tax compliance. These findings support the Technology Acceptance Model (TAM), suggesting that the perceived ease of use and usefulness of technology can encourage acceptance of digital tax systems, which subsequently strengthens taxpayer trust and compliance.*

Abstrak: Digitalisasi administrasi perpajakan melalui penerapan *Coretax Administration System* menjadi bagian penting dalam transformasi perpajakan di Indonesia. Namun, peningkatan penggunaan layanan digital belum sepenuhnya diikuti peningkatan kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh digitalisasi terhadap kepatuhan pajak serta menguji peran kepercayaan wajib pajak sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar pada KPP Pratama Makassar Selatan dan dipilih menggunakan *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak dan kepercayaan wajib pajak. Kepercayaan wajib pajak juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak. Selain itu, kepercayaan wajib pajak terbukti memediasi hubungan antara digitalisasi dan kepatuhan pajak. Temuan ini mendukung perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM), bahwa kemudahan dan kemanfaatan teknologi dapat mendorong penerimaan sistem digital yang selanjutnya memperkuat kepercayaan dan kepatuhan wajib pajak.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi dalam administrasi perpajakan. Digitalisasi perpajakan menjadi bagian dari upaya modernisasi administrasi untuk meningkatkan kemudahan, efisiensi, transparansi, dan kualitas pelayanan kepada wajib pajak. Transformasi tersebut semakin berkembang dengan diterapkannya *Coretax Administration System* (Coretax DJP) mulai 1 Januari 2025 sebagai sistem yang mengintegrasikan berbagai proses administrasi perpajakan secara digital (DJP, 2025).

Perkembangan penggunaan layanan digital menunjukkan bahwa transformasi administrasi perpajakan terus berlangsung. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mencatat bahwa hingga 5 Maret 2026 sebanyak 15.268.493 wajib pajak telah mengaktifkan akun Coretax, sedangkan 12.514.829 wajib pajak orang pribadi telah melakukan registrasi Kode Otorisasi/Sertifikat Elektronik. Pada periode yang sama, penyampaian SPT Tahunan PPh Tahun Pajak 2025 telah mencapai lebih dari 6 juta SPT (DJP, 2026). Namun, perkembangan digitalisasi tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan kepatuhan formal. Rasio kepatuhan formal penyampaian SPT Tahunan menurun dari 85,75% pada 2024 menjadi 76,07% pada 2025, dan berdasarkan data sementara hingga akhir Mei 2026 tercatat sekitar 71,40%. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan layanan digital belum secara otomatis diikuti peningkatan kepatuhan wajib pajak.

Temuan penelitian terdahulu mengenai hubungan digitalisasi dan kepatuhan juga menunjukkan hasil yang belum konsisten. Barri dan Hidayat menemukan bahwa digitalisasi perpajakan melalui e-filing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Hasil serupa ditunjukkan oleh Yusuf dan Pardede (2026), yang menemukan bahwa aksesibilitas, integrasi sistem, dan metode pembayaran dalam digitalisasi sistem perpajakan dapat mendorong kepatuhan. Sebaliknya, Setiawan dan Yanti (2024) menemukan bahwa digitalisasi pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa hubungan digitalisasi dan kepatuhan masih perlu dikaji lebih lanjut.

Salah satu faktor yang berpotensi menjelaskan hubungan tersebut adalah kepercayaan wajib pajak. Dalam administrasi perpajakan berbasis digital, wajib pajak tidak hanya membutuhkan kemudahan dan efisiensi, tetapi juga keyakinan bahwa sistem dapat diandalkan, aman, dan transparan. Penelitian Dewani dan Setiyawati (2025) menunjukkan adanya hubungan antara digitalisasi layanan pajak, kepercayaan, dan kepatuhan wajib pajak. Namun, perkembangan Coretax sebagai sistem administrasi perpajakan yang relatif baru memberikan konteks yang berbeda dan masih perlu dikaji, khususnya mengenai peran kepercayaan dalam hubungan antara digitalisasi dan kepatuhan.

Berdasarkan fenomena penurunan rasio kepatuhan formal di tengah perkembangan layanan perpajakan digital serta adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu, diperlukan kajian lebih lanjut mengenai mekanisme yang dapat menjelaskan hubungan antara digitalisasi dan kepatuhan pajak. Kepercayaan wajib pajak dipandang sebagai salah satu mekanisme yang relevan karena dalam lingkungan administrasi perpajakan digital, keberhasilan sistem tidak hanya ditentukan oleh kemudahan dan efisiensi, tetapi juga oleh keyakinan wajib pajak terhadap keandalan, keamanan, dan transparansi sistem. Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan kepercayaan wajib pajak sebagai mediator dalam hubungan antara digitalisasi dan kepatuhan pajak. Sejalan dengan fokus tersebut, penelitian ini diarahkan.

- 1) Menganalisis hubungan digitalisasi dengan kepatuhan pajak.
- 2) Menganalisis hubungan digitalisasi dengan kepercayaan wajib pajak.

- 3) Menganalisis hubungan kepercayaan wajib pajak dengan kepatuhan pajak.
- 4) Menganalisis peran kepercayaan wajib pajak sebagai mediator dalam hubungan antara digitalisasi dan kepatuhan pajak.

II. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis hubungan digitalisasi dengan kepatuhan pajak serta menguji kepercayaan wajib pajak sebagai variabel mediasi. Menurut Creswell dan Creswell (2018), pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel melalui analisis statistik.

2.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) yang terdaftar pada KPP Pratama Makassar Selatan sebanyak 231.583 wajib pajak. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10% karena jumlah populasi penelitian telah diketahui (Sekaran & Bougie, 2020). Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 100 responden. Selanjutnya, pemilihan responden dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan.

Tabel 1. Kriteria Pengambilan Sampel

No.	Kriteria Sampel
1	Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Makassar Selatan.
2	Memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) yang aktif.
3	Telah menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan Tahun Pajak 2025.
4	Pernah menggunakan layanan <i>e-tax system</i> Direktorat Jenderal Pajak, seperti <i>e-Filing</i> , <i>e-Form</i> , atau Coretax DJP.

Sumber: Data hasil penelitian (2026)

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar pada KPP Pratama Makassar Selatan. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert lima poin, yaitu 1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring menggunakan *Google Forms* untuk memudahkan akses responden. Instrumen penelitian untuk variabel digitalisasi, kepercayaan wajib pajak, dan kepatuhan pajak diadaptasi dari penelitian terdahulu yang relevan dan disesuaikan dengan konteks administrasi perpajakan digital. Pengumpulan data dilakukan setelah responden memenuhi kriteria sampel yang telah ditetapkan. Berikut ini diuraikan definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini beserta indikator pengukurannya.

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Digitalisasi (X)	Digitalisasi perpajakan merupakan penerapan teknologi digital dalam penyelenggaraan administrasi perpajakan yang memungkinkan wajib pajak mengakses dan melaksanakan	1. Keandalan sistem 2. Responsivitas sistem 3. Keamanan sistem 4. Ketersediaan sistem 5.	Pawitri & Anggara (2025)

	layanan serta kewajiban perpajakan secara lebih terintegrasi, mudah, dan efisien.	Integrasi/interoperabilitas sistem	
Kepercayaan Wajib Pajak (M)	Kepercayaan wajib pajak merupakan keyakinan wajib pajak bahwa sistem dan otoritas perpajakan dapat diandalkan, aman, memiliki integritas, serta menjalankan administrasi perpajakan secara transparan dan sesuai ketentuan.	1. Keandalan 2. Keamanan 3. Integritas 4. Keyakinan terhadap otoritas/sistem	Muvidah & Andriani (2022); Dewani & Setiyawati (2025)
Kepatuhan Pajak (Y)	Kepatuhan pajak merupakan kesediaan dan perilaku wajib pajak dalam memenuhi hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, termasuk memenuhi kewajiban pelaporan dan pembayaran secara tepat waktu.	1. Pemenuhan kewajiban perpajakan 2. Kepatuhan pelaporan 3. Kepatuhan pembayaran 4. Kepatuhan secara sukarela	Muvidah & Andriani (2022); Aini et al. (2025)

Sumber: Data hasil penelitian (2026)

2.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan IBM SPSS Statistics. Analisis data meliputi statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien determinasi (R^2), uji simultan (uji F), dan uji parsial (uji t) (Ghozali, 2021). Selanjutnya, pengujian peran mediasi kepercayaan wajib pajak dilakukan menggunakan uji Sobel untuk mengetahui signifikansi pengaruh tidak langsung antara digitalisasi dan kepatuhan pajak melalui kepercayaan wajib pajak (Sobel, 1982).

2.5 Pengembangan Hipotesis

Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) sebagai landasan teoritis untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap teknologi. TAM menjelaskan bahwa penerimaan terhadap teknologi terutama dipengaruhi oleh *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Dalam konteks perpajakan, digitalisasi dapat memberikan kemudahan, efisiensi, dan manfaat bagi wajib pajak dalam mengakses layanan serta melaksanakan kewajiban perpajakan. Persepsi positif terhadap manfaat dan kemudahan teknologi dapat mendorong penerimaan wajib pajak terhadap sistem perpajakan digital. Selanjutnya, hubungan antara digitalisasi dengan kepatuhan dan kepercayaan didukung oleh temuan empiris penelitian terdahulu.

2.5.1 Hubungan Digitalisasi dengan Kepatuhan Pajak

Digitalisasi perpajakan merupakan bagian dari transformasi administrasi perpajakan yang bertujuan memberikan kemudahan dan efisiensi bagi wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya. Berdasarkan TAM, teknologi yang dipersepsikan bermanfaat dan mudah digunakan cenderung lebih mudah diterima oleh pengguna (Davis, 1989). Dalam konteks perpajakan, penerimaan terhadap layanan digital dapat memudahkan wajib pajak dalam memperoleh informasi, melakukan pembayaran, dan melaporkan kewajiban perpajakan. Secara empiris, Rakhmadhani (2026) menemukan bahwa digitalisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Indonesia. Hasil tersebut sejalan dengan Supriyati et al. (2025) yang menemukan bahwa digitalisasi informasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Temuan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan pemanfaatan teknologi dalam administrasi perpajakan

dapat mendukung pelaksanaan kewajiban perpajakan. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H₁: Digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak.

2.5.2 Hubungan Digitalisasi dengan Kepercayaan Wajib Pajak

Selain memberikan kemudahan dalam pemenuhan kewajiban perpajakan, digitalisasi dapat membentuk persepsi wajib pajak terhadap kualitas dan keandalan sistem perpajakan. Sistem digital yang mudah digunakan, tersedia ketika dibutuhkan, aman, dan mampu memberikan layanan secara konsisten dapat meningkatkan keyakinan wajib pajak terhadap sistem perpajakan. Dalam perspektif TAM, persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam penerimaan teknologi (Davis, 1989). Ketika wajib pajak merasakan bahwa sistem digital memberikan manfaat dan mudah digunakan, penerimaan terhadap sistem dapat meningkat. Penerimaan tersebut dapat disertai dengan meningkatnya keyakinan terhadap sistem yang digunakan. Temuan Dewani dan Setiyawati (2025) mendukung argumentasi tersebut. Penelitian mereka menunjukkan bahwa digitalisasi layanan perpajakan berpengaruh positif terhadap *taxpayer trust*. Artinya, semakin baik penerapan digitalisasi layanan perpajakan, semakin tinggi tingkat kepercayaan wajib pajak terhadap sistem perpajakan. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H₂: Digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan wajib pajak.

2.5.3 Hubungan Kepercayaan Wajib Pajak dengan Kepatuhan Pajak

Kepercayaan wajib pajak merupakan keyakinan bahwa sistem dan otoritas perpajakan dapat diandalkan, aman, dan menjalankan administrasi perpajakan secara baik. Kepercayaan menjadi penting dalam membangun hubungan antara wajib pajak dan otoritas pajak karena kepatuhan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi atau sanksi, tetapi juga oleh keyakinan wajib pajak terhadap institusi perpajakan. Wajib pajak yang memiliki kepercayaan terhadap sistem dan otoritas perpajakan cenderung memiliki keyakinan bahwa pemenuhan kewajibannya dikelola melalui sistem yang dapat diandalkan. Kondisi tersebut dapat mendorong kesediaan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Secara empiris, Dewani dan Setiyawati (2025) menunjukkan bahwa *taxpayer trust* berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong perilaku kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H₃: Kepercayaan wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak

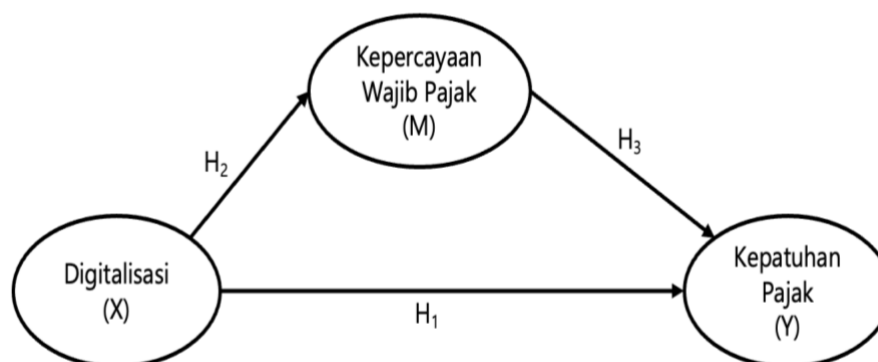
2.5.4 Peran Mediasi Kepercayaan Wajib Pajak

Hubungan antara digitalisasi dan kepatuhan pajak dapat terjadi secara langsung maupun melalui mekanisme psikologis wajib pajak. Digitalisasi yang memberikan kemudahan, manfaat, keamanan, dan keandalan dapat membentuk persepsi positif terhadap sistem perpajakan. Persepsi tersebut selanjutnya dapat meningkatkan kepercayaan wajib pajak, yang kemudian mendorong kepatuhan dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Penelitian Supriyati et al. (2025) menunjukkan bahwa digitalisasi perpajakan dapat berhubungan dengan kepatuhan melalui mekanisme *tax awareness*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh digitalisasi terhadap kepatuhan dapat melibatkan mekanisme internal wajib pajak. Sementara itu, Dewani dan Setiyawati (2025) secara lebih spesifik menemukan bahwa *taxpayer trust* berperan sebagai mediator dalam hubungan antara digitalisasi layanan perpajakan dan kepatuhan pajak. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini

menempatkan kepercayaan wajib pajak sebagai mekanisme yang menjelaskan bagaimana digitalisasi dapat mendorong kepatuhan pajak. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah:

H₄: Kepercayaan wajib pajak memediasi hubungan antara digitalisasi dan kepatuhan pajak.

Model konseptual penelitian tersebut disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Data hasil penelitian (2026)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data penelitian pada masing-masing variabel, yaitu digitalisasi, kepercayaan wajib pajak, dan kepatuhan pajak. Analisis meliputi nilai minimum, maksimum, *mean*, dan standar deviasi. Hasil analisis statistik deskriptif disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
Digitalisasi	100	22	50	38,74	4,287
Kepercayaan Wajib Pajak	100	24	50	40,62	4,231
Kepatuhan Pajak	100	26	50	41,18	4,153

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 3, variabel digitalisasi memiliki nilai rata-rata sebesar 38,74 dengan standar deviasi sebesar 4,287. Variabel kepercayaan wajib pajak memiliki nilai rata-rata sebesar 40,62 dengan standar deviasi sebesar 4,231, sedangkan kepatuhan pajak memiliki nilai rata-rata sebesar 41,18 dengan standar deviasi sebesar 4,153. Nilai rata-rata yang lebih besar dibandingkan standar deviasi pada seluruh variabel menunjukkan bahwa penyebaran data relatif rendah dan jawaban responden cenderung tidak terlalu bervariasi.

3.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap indikator dalam instrumen penelitian mampu mengukur konstruk yang diteliti. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dan tingkat signifikansi 5%, diperoleh nilai *r* tabel sebesar 0,197. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai *r* hitung lebih besar daripada *r* tabel (Ghozali, 2021).

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Rentang r hitung	r tabel	Keterangan
Digitalisasi (X)	0,621–0,812	0,197	Valid
Kepercayaan Wajib Pajak (M)	0,654–0,867	0,197	Valid
Kepatuhan Pajak (Y)	0,637–0,834	0,197	Valid

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4, seluruh indikator pada variabel digitalisasi, kepercayaan wajib pajak, dan kepatuhan pajak memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel sebesar 0,197. Dengan demikian, seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian reliabilitas menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*, dengan instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70 (Ghozali, 2021).

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Digitalisasi (X)	0,861	Reliabel
Kepercayaan Wajib Pajak (M)	0,879	Reliabel
Kepatuhan Pajak (Y)	0,893	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 5, nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel digitalisasi sebesar 0,861, kepercayaan wajib pajak sebesar 0,879, dan kepatuhan pajak sebesar 0,893. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0,70, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memiliki konsistensi internal yang baik.

3.4 Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linear dalam penelitian ini dilakukan melalui dua model untuk menguji hubungan antara Digitalisasi (X), Kepercayaan Wajib Pajak (M), dan Kepatuhan Pajak (Y). Model I digunakan untuk menguji pengaruh Digitalisasi terhadap Kepercayaan Wajib Pajak, sedangkan Model II digunakan untuk menguji pengaruh Digitalisasi dan Kepercayaan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Pajak.

Penggunaan kedua model tersebut diperlukan untuk mengidentifikasi pengaruh langsung antarvariabel sekaligus menjadi dasar dalam menguji peran Kepercayaan Wajib Pajak sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Digitalisasi dan Kepatuhan Pajak. Hasil pengujian regresi disajikan melalui uji koefisien determinasi, uji simultan, dan uji parsial. Selanjutnya, hasil kedua model digunakan sebagai dasar untuk menguji pengaruh tidak langsung melalui Sobel Test.

3.4.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai *R Square* menunjukkan proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen yang terdapat dalam model.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	Variabel Dependen	R	R Square	Adjusted R Square
Model I	Kepercayaan Wajib Pajak	0,635	0,403	0,397
Model II	Kepatuhan Pajak	0,758	0,575	0,566

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 6, Model I memiliki nilai *R Square* sebesar 0,403. Hal ini menunjukkan bahwa Digitalisasi mampu menjelaskan sebesar 40,3% variasi Kepercayaan Wajib Pajak, sedangkan sebesar 59,7% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,397 menunjukkan bahwa setelah mempertimbangkan jumlah variabel yang digunakan dalam model, kemampuan Model I dalam menjelaskan variasi Kepercayaan Wajib Pajak adalah sebesar 39,7%. Sementara itu, Model II memiliki nilai *R Square* sebesar 0,575. Artinya, Digitalisasi dan Kepercayaan Wajib Pajak secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 57,5% variasi Kepatuhan Pajak, sedangkan sebesar 42,5% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,566 menunjukkan bahwa setelah mempertimbangkan jumlah variabel independen dalam model, sebesar 56,6% variasi Kepatuhan Pajak dapat dijelaskan oleh Digitalisasi dan Kepercayaan Wajib Pajak.

Dengan demikian, Model II memiliki kemampuan penjelasan yang lebih besar terhadap variabel dependennya dibandingkan Model I. Namun, perbedaan nilai R^2 tersebut hanya menggambarkan kemampuan penjelasan model dan bukan merupakan dasar utama untuk menyimpulkan adanya mediasi.

3.4.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dalam masing-masing model secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji ini juga menunjukkan apakah model regresi secara keseluruhan signifikan.

Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	F-hitung	Sig.	Keterangan
Model I	66,487	0,000	Signifikan
Model II	65,624	0,000	Signifikan

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 7, Model I memperoleh nilai F-hitung sebesar 66,487 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi yang menguji pengaruh Digitalisasi terhadap Kepercayaan Wajib Pajak secara keseluruhan adalah signifikan. Dengan demikian, Model I dinyatakan layak digunakan untuk menjelaskan variasi Kepercayaan Wajib Pajak. Pada Model II, nilai F-hitung sebesar 65,624 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Digitalisasi dan Kepercayaan Wajib Pajak secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Pajak. Dengan demikian, Model II juga merupakan model regresi yang signifikan.

Hasil uji F pada kedua model menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini secara keseluruhan signifikan, sehingga analisis dapat dilanjutkan pada pengujian pengaruh masing-masing variabel.

3.4.3 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara parsial. Hasil pengujian disajikan berdasarkan jalur hubungan antarvariabel, sehingga tidak perlu memisahkan kembali Model I dan Model II dalam tabel.

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Hubungan Variabel	B	t-hitung	Sig.	Keterangan
Digitalisasi → Kepercayaan Wajib Pajak	0,672	8,154	0,034	Signifikan
Digitalisasi → Kepatuhan Pajak	0,281	3,214	0,002	Signifikan
Kepercayaan Wajib Pajak → Kepatuhan Pajak	0,517	5,893	0,000	Signifikan

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 8, Digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Wajib Pajak, dengan koefisien regresi sebesar 0,672, nilai t-hitung sebesar 8,154, dan signifikansi 0,034 < 0,05. Koefisien yang bernilai positif menunjukkan bahwa peningkatan Digitalisasi diikuti oleh peningkatan Kepercayaan Wajib Pajak. Selanjutnya, Digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Pajak, dengan koefisien regresi sebesar 0,281, nilai t-hitung sebesar 3,214, dan signifikansi 0,002 < 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik Digitalisasi, semakin tinggi Kepatuhan Pajak. Sementara itu, Kepercayaan Wajib Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Pajak, dengan koefisien regresi sebesar 0,517, nilai t-hitung sebesar 5,893, dan signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya, peningkatan Kepercayaan Wajib Pajak diikuti oleh peningkatan Kepatuhan Pajak.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa Digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Wajib Pajak, Digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Pajak, dan Kepercayaan Wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Pajak. Selanjutnya, pengujian mediasi dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh Digitalisasi terhadap Kepatuhan Pajak juga terjadi secara tidak langsung melalui Kepercayaan Wajib Pajak.

3.4.4 Uji Mediasi

Pengujian mediasi dilakukan untuk mengetahui apakah Kepercayaan Wajib Pajak berperan sebagai mediator dalam hubungan antara Digitalisasi dan Kepatuhan Pajak. Pengujian pengaruh tidak langsung dilakukan menggunakan Sobel Test.

Tabel 9. Hasil Uji Mediasi

Hipotesis	Jalur Mediasi	Z Sobel	Sig.	Keterangan
H4	Digitalisasi → Kepercayaan Wajib Pajak → Kepatuhan Pajak	4,672	0,000	Signifikan

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh nilai Z Sobel sebesar 4,672 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung Digitalisasi terhadap Kepatuhan Pajak melalui Kepercayaan Wajib Pajak adalah signifikan. Dengan demikian, Kepercayaan Wajib Pajak terbukti memediasi pengaruh Digitalisasi terhadap Kepatuhan Pajak. Artinya, pengaruh Digitalisasi terhadap Kepatuhan Pajak tidak hanya terjadi secara langsung, tetapi juga terjadi melalui Kepercayaan Wajib Pajak.

Selanjutnya, jenis mediasi dapat dilihat dengan membandingkan hasil pengaruh langsung dan tidak langsung. Pengaruh langsung Digitalisasi terhadap Kepatuhan Pajak tetap signifikan dengan

nilai $B = 0,281$ dan signifikansi $0,002 < 0,05$, sementara pengaruh tidak langsung melalui Kepercayaan Wajib Pajak juga signifikan berdasarkan hasil Sobel Test. Dengan demikian, Kepercayaan Wajib Pajak berperan sebagai mediator parsial (*partial mediation*). Artinya, sebagian pengaruh Digitalisasi terhadap Kepatuhan Pajak disalurkan melalui Kepercayaan Wajib Pajak, sementara Digitalisasi tetap mempunyai pengaruh langsung terhadap Kepatuhan Pajak.

3.3 Pembahasan

3.3.1 Hubungan Digitalisasi dengan Kepatuhan Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digitalisasi berhubungan positif dan signifikan dengan Kepatuhan Pajak, sehingga H1 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan digitalisasi dalam administrasi perpajakan, semakin tinggi kecenderungan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Pemanfaatan layanan perpajakan digital dapat memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi, melakukan pelaporan, serta menjalankan kewajiban perpajakan secara lebih cepat dan efisien.

Hasil tersebut dapat dijelaskan melalui Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). TAM menjelaskan bahwa penerimaan seseorang terhadap teknologi terutama dipengaruhi oleh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Dalam konteks perpajakan, ketika wajib pajak memandang sistem digital sebagai teknologi yang bermanfaat dan mudah digunakan, penerimaan terhadap sistem tersebut akan semakin tinggi. Penerimaan terhadap teknologi selanjutnya dapat mendorong penggunaan sistem secara lebih optimal dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan. Temuan ini sejalan dengan Rakhmadhani (2026) yang menemukan bahwa digitalisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa pemahaman teknologi, kemudahan penggunaan, dan manfaat yang dirasakan menjadi bagian penting dalam mendukung kepatuhan. Hasil yang serupa ditemukan oleh Supriyati et al. (2025) yang menunjukkan bahwa digitalisasi informasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa digitalisasi dapat menjadi instrumen yang mendukung kepatuhan pajak karena memberikan manfaat dan kemudahan dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan.

3.3.2 Hubungan Digitalisasi dengan Kepercayaan Wajib Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digitalisasi berhubungan positif dan signifikan dengan Kepercayaan Wajib Pajak, sehingga H2 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa penerapan sistem perpajakan digital yang memberikan kemudahan, efisiensi, dan pengalaman pelayanan yang baik dapat meningkatkan keyakinan wajib pajak terhadap sistem perpajakan.

Hubungan tersebut dapat dijelaskan melalui TAM. Konsep *perceived usefulness* menjelaskan bahwa individu cenderung menerima teknologi ketika teknologi tersebut memberikan manfaat bagi aktivitasnya, sedangkan *perceived ease of use* menunjukkan bahwa teknologi yang mudah digunakan akan lebih mudah diterima. Dalam konteks penelitian ini, sistem digital perpajakan yang dirasakan bermanfaat dan mudah digunakan dapat menciptakan pengalaman positif bagi wajib pajak. Pengalaman tersebut selanjutnya dapat memperkuat keyakinan bahwa sistem perpajakan dapat digunakan secara efektif dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Temuan penelitian ini memperoleh dukungan yang kuat dari Dewani dan Setiyawati (2025). Penelitian tersebut secara khusus menemukan bahwa digitalisasi layanan perpajakan meningkatkan kepercayaan wajib pajak, selain meningkatkan kepatuhan. Temuan ini juga dapat dikaitkan dengan penelitian Audia et al. (2026) yang menunjukkan pentingnya *perceived ease of use* dalam konteks kepatuhan pajak digital. Dengan

demikian, digitalisasi tidak hanya berfungsi untuk mempermudah proses administrasi perpajakan, tetapi juga berpotensi membangun kepercayaan melalui pengalaman penggunaan sistem yang dianggap bermanfaat dan mudah digunakan.

3.3.3 Hubungan Kepercayaan Wajib Pajak dengan Kepatuhan Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan Wajib Pajak berhubungan positif dan signifikan dengan Kepatuhan Pajak, sehingga H3 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan wajib pajak terhadap sistem perpajakan, semakin tinggi pula kecenderungan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya.

Dalam perspektif TAM, kepercayaan bukan merupakan konstruk utama dalam model awal Davis (1989). Namun, TAM dapat memberikan dasar untuk menjelaskan proses penerimaan teknologi melalui persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan. Ketika wajib pajak menerima dan menggunakan sistem digital karena sistem tersebut dianggap bermanfaat dan mudah digunakan, pengalaman positif terhadap sistem dapat mendukung terbentuknya kepercayaan. Kepercayaan tersebut kemudian dapat mendorong penggunaan sistem secara berkelanjutan dan mendukung kepatuhan. Hasil penelitian ini didukung oleh Audia et al. (2026) yang menemukan bahwa *trust in the digital tax system* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Selain itu, Supriyati et al. (2025) menunjukkan bahwa faktor internal wajib pajak dapat menjadi bagian penting dalam menjelaskan kepatuhan. Dengan demikian, kepercayaan terhadap sistem perpajakan dapat dipandang sebagai salah satu kondisi yang mendukung terbentuknya kepatuhan, khususnya ketika kewajiban perpajakan semakin banyak dilakukan melalui sistem digital.

3.3.4 Peran Mediasi Kepercayaan Wajib Pajak

Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa Kepercayaan Wajib Pajak secara signifikan memediasi hubungan antara Digitalisasi dan Kepatuhan Pajak, sehingga H4 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan digitalisasi dengan kepatuhan tidak hanya berlangsung secara langsung, tetapi juga melalui terbentuknya kepercayaan wajib pajak.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui TAM. Digitalisasi yang dianggap mudah digunakan (*perceived ease of use*) dan memberikan manfaat (*perceived usefulness*) akan lebih mudah diterima oleh wajib pajak. Penerimaan terhadap sistem tersebut dapat menghasilkan pengalaman penggunaan yang lebih positif, yang selanjutnya dapat memperkuat kepercayaan terhadap sistem perpajakan. Kepercayaan yang terbentuk kemudian dapat mendorong wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Dengan demikian, kepercayaan menjadi mekanisme yang menjelaskan proses bagaimana digitalisasi dapat berhubungan dengan kepatuhan pajak. Temuan ini memiliki kesesuaian yang sangat kuat dengan penelitian Dewani dan Setiyawati (2025). Penelitian ini menemukan bahwa *trust* memediasi hubungan antara digitalisasi layanan perpajakan dan kepatuhan pajak. Sementara itu, Audia et al. (2026) memperkuat pentingnya *trust* dalam konteks perpajakan digital. Dengan demikian, keberhasilan digitalisasi perpajakan tidak hanya ditentukan oleh tersedianya teknologi, tetapi juga oleh kemampuan sistem tersebut dalam membangun kepercayaan wajib pajak. Hal ini memberikan implikasi bahwa peningkatan kepatuhan melalui digitalisasi perlu disertai dengan upaya menjaga kemudahan penggunaan, manfaat, keamanan, transparansi, dan keandalan sistem perpajakan digital.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi berhubungan positif dan signifikan dengan kepatuhan pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan digitalisasi dalam administrasi perpajakan, semakin tinggi kecenderungan Wajib Pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Digitalisasi juga terbukti berhubungan positif dan signifikan dengan kepercayaan Wajib Pajak, yang menunjukkan bahwa kemudahan, manfaat, dan pengalaman penggunaan layanan perpajakan digital dapat mendukung terbentuknya kepercayaan terhadap sistem perpajakan. Selanjutnya, kepercayaan Wajib Pajak berhubungan positif dan signifikan dengan kepatuhan pajak, sehingga semakin tinggi kepercayaan terhadap sistem perpajakan, semakin tinggi pula kepatuhan Wajib Pajak. Hasil pengujian mediasi juga menunjukkan bahwa kepercayaan Wajib Pajak berperan sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan antara digitalisasi dan kepatuhan pajak. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya berhubungan langsung dengan kepatuhan pajak, tetapi juga dapat meningkatkan kepatuhan melalui terbentuknya kepercayaan Wajib Pajak terhadap sistem perpajakan digital. Temuan ini sejalan dengan perspektif Technology Acceptance Model (TAM) yang menekankan pentingnya persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan dalam penerimaan teknologi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) disarankan untuk terus meningkatkan kualitas dan kemudahan layanan perpajakan digital agar semakin mudah digunakan oleh Wajib Pajak. Peningkatan tersebut dapat dilakukan melalui penyederhanaan proses layanan, peningkatan stabilitas dan keandalan sistem, penyediaan informasi yang mudah dipahami, serta penguatan aspek keamanan dan transparansi dalam pengelolaan data perpajakan. Upaya tersebut penting karena digitalisasi dalam penelitian ini tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan pajak, tetapi juga berperan dalam membangun kepercayaan Wajib Pajak. Bagi Wajib Pajak, pemanfaatan layanan perpajakan digital secara optimal diharapkan dapat membantu dalam memperoleh informasi dan melaksanakan kewajiban perpajakan secara lebih mudah dan efisien. Selanjutnya, bagi peneliti berikutnya, penelitian dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepatuhan pajak, memperluas wilayah penelitian, serta menggunakan jumlah responden yang lebih besar agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai hubungan digitalisasi, kepercayaan, dan kepatuhan pajak.

REFERENSI

- Aini, A. N., Suhatmi, E. C., & Meikhati, E. (2025). Pengaruh kepercayaan pada pemerintah, literasi pajak, dan digitalisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 26(1). <https://doi.org/10.29040/jap.v26i1.18055>
- Audia, P. S., Tjaraka, H., & Utama, A. A. G. S. (2026). Digital tax compliance: The role of literacy, ease, and trust. *Advances in Taxation Research*, 4(2), 144–158. <https://doi.org/10.60079/atr.v4i2.850>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>

- Dewani, S., & Setiyawati, H. (2025). Tax digitalization and cooperative compliance: A trust-mediated model of tax compliance: Study of corporate taxpayers registered with Kanwil DJP Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 13(4), 955–960. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v13i4.3842>
- Direktorat Jenderal Pajak. (2025). *Implementasi Sistem Inti Administrasi Perpajakan*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2026, 5 Maret). *Pelaporan SPT Tahunan terus meningkat, DJP luncurkan Coretax Form dan Coretax Mobile*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Muvidah, A. R., & Andriani, S. (2022). Pengaruh pengetahuan dan digitalisasi perpajakan terhadap *voluntary tax compliance* dimediasi kepercayaan pada industri kecil menengah Jawa Timur. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(11), 5084–5093. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1776>
- Pawitri, N. M. P., & Anggara, I. W. G. W. P. (2025). System quality and user adoption of Coretax in Indonesia: A PLS-SEM-based Technology Acceptance Model study. *E-Jurnal Akuntansi*, 35(8), 1757–1775. <https://doi.org/10.24843/EJA.2025.v35.i08.p25>
- Rakhmadhani, V. (2026). The effect of tax digitalization on individual taxpayer compliance. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 25(2), 145–152. <https://doi.org/10.52434/jwe.v25i02.43112>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). Wiley.
- Setiawan, J., & Yanti, L. D. (2024). Kontribusi pengetahuan, kesadaran, dan digitalisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. *eCo-Buss*, 7(2), 1088–1101. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i2.1698>
- Sobel, M. E. (1982). Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models. In S. Leinhardt (Ed.), *Sociological methodology 1982* (pp. 290–312). Jossey-Bass.
- Supriyati, S., Oktarina, D., Rokhmania, N., & Prananjaya, K. P. (2025). Tax digitalization and justice with taxpayer compliance and the mediating role of tax awareness. *Aptisi Transactions on Technopreneurship*, 7(2), 542–555. <https://doi.org/10.34306/att.v7i2.512>
- Yusuf, D., & Pardede, T. E. N. (2026). Peran kepatuhan wajib pajak dalam memediasi pengaruh digitalisasi sistem perpajakan terhadap pendapatan pajak daerah Kota Bekasi tahun 2026. *Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, 6(2), 679–690. <https://doi.org/10.51903/jupea.v6i2.6798>