

DETERMINAN DIGITALISASI PAJAK MELALUI NIAT PERILAKU

Nurhayati

Universitas Pasir Pengaraian, Indonesia
nurhayati170312@gmail.com

Arma Yuliza

Universitas Pasir Pengaraian, Indonesia
armayuliza@gmail.com

Fefti Yulian Mela

Universitas Pasir Pengaraian, Indonesia
Feftiyulian89@gmail.com

Nofrianty

Universitas Pasir Pengaraian, Indonesia
nofriantyfeupp@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Self Assesment System, Click, Call and Center, Hedonic Motivation dan Facilitating Condtiion Terhadap Digitalisasi Pajak dengan Niat Perilaku Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening, pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di KP2KP Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu. Sumber data adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Metode analisis data menggunakan model Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Click, Call and Center berpengaruh terhadap Digitalitisasi Pajak sementara Aessment Self System, Hedonic Motivation dan Facilitating Conditiong tidak berpengaruh terhadap Digitalisasi Pajak.

Kata Kunci : Self Assesment System, Click, Call and Center, Hedonic Motivation, Facilitating Condition, Digitalisasi Pajak dan Niat Perilaku

Abstract

This research aims to analyze the influence of the Self Assessment System, Click, Call and Center, Hedonic Motivation and Facilitating Conditions on Tax Digitalization with Taxpayer Behavioral Intentions as an Intervening Variable, on Individual Taxpayers registered at KP2KP Pasir Pengaraian, Rokan Hulu Regency. The data source is primary data obtained from distributing questionnaires. The data analysis method uses the Structural Equation Modeling (SEM) model with the Partial Least Square (PLS) approach. The research results show that Click, Call and Center have an effect on Tax Digitalization while Self Assessment System, Hedonic Motivation and Facilitating Conditions have no effect on Tax Digitalization.

Keywords: *Self Assesment System, Click, Call and Center, Hedonic Motivation, Facilitating Condition, Tax Digitalitation and Behavior Intention*

I. PENDAHULUAN

Sistem administrasi pajak untuk saat ini sangat berkembang dengan pesat serta dapat meningkatkan kualitas pelayanan,

menekan biaya dan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Terbukti sudah tercatat 59 negara otoritas pajak, baik negara maju dan berkembang telah

menginvestasikan dananya untuk mendukung digitalisasi administrasi perpajakan, (Dian, 2021). Terbukti digitalisasi dalam administrasi pajak sudah diterapkan melalui *Artificial Intelligence*, *Internet Of Things (IoT)*, *Cloud Computing*, *Teknologi Blockchain*, serta dengan berbagai aktivitas perpajakan, (Bentley, 2019).

Digitalisasi merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mengubah cara administrasi pajak yang dapat meningkatkan kemampuan dalam mengumpulkan dan memproses informasi pajak sehingga adanya potensi untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak, (Barreix & Zambrano, 2018) dan (Petutschnig, 2015).

Praktik administrasi pajak yang terus mengalami perkembangan, namun tetap harus konstan untuk terus meningkatkan pendapatan negara dengan cara mampu mengidentifikasi, memahami dan memanfaatkan ekosistem serta dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak, (Green, 2018). Disamping itu, untuk meningkatkan penggunaan sistem pajak online yang memberikan relevansi dengan sistem administrasi perpajakan terutama di Badan Layanan Pendapatan Negara Federasi maka faktor penentu yang harus adalah kualitas pelayanan pajak, (Mustapha & Obid, 2015).

Literatur lain juga menjelaskan tentang manfaat dari peningkatan digitalisasi seperti pemantauan dan pengawasan yang lebih besar terkait pengeluaran keuangan, insiden korupsi yang lebih rendah, tata kelola yang baik dan ketimpangan pendapatan yang lebih rendah tapi pendapatan tidak dapat diterima secara langsung, (Robbins et al., 2015), (Bakunzibake, 2016) dan (Gunawong & Gao, 2017). Hal ini seiring dengan yang diungkap oleh Organization for *Economic Co-operation and Development (OECD)* melalui Laporan *Revenue Statistic in Asia and the Pacific 2021*, terdapat di 24 negara se-Asia dan Pasifik memiliki *tax ratio* terendah dan Indonesia tercatat sebagai

negara ketiga terendah, dimana *tax ratio* Indonesia tercatat mencapai 11,6% dan hanya lebih tinggi dibandingkan dengan Laos dan Bhutan, (OECD, 2022). Oleh karena itu, diperlukan sistem yang baik untuk memungut, melaporkan dan menyerahkan pajak. Jika tidak, Indonesia akan terus berjuang dengan rendahnya tingkat kepatuhan dan kurangnya penegakan hukum, (Rebecca & Grade, 2021).

Penelitian mengenai digitalisasi sudah banyak dilakukan namun penelitian ini menarik untuk dilakukan, dimana hasil penelitian yang telah oleh bahwa *self assessment system* berpengaruh terhadap penggunaan teknologi dalam pelaporan pajak, (Mangoting, 2020) dan (Hutahaean, Ester Sophia; Eva Andayani, supervisor; Inayati, 2020). Begitu hal dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi teknologi *chatbot* pada *contact center* meningkatkan kapasitas pelayanan, (Swastiko & Achmad Fauzi, 2023).

Hasil penelitian lain juga menunjukkan bahwa hasil *Hedonic Motivation* akan mempengaruhi penerimaan serta penggunaan teknologi secara langsung, (Pertiwi, N. W. Y., & Ariyanto, 2016), penelitian juga menunjukkan bahwa kondisi yang memfasilitasi memiliki efek yang positif terkait keberadaan penggunaan teknologi, (Tosuntaş et al., 2015) dan (Farooq et al., 2017).

Pemerintah Indonesia terus berupaya untuk meningkatkan penerimaan pendapatan negara melalui sektor pajak dengan memberikan edukasi kepada wajib pajak terkait perhitungan dan pelaporan pajak yang mudah untuk dipahami dan diakses yaitu dengan menggunakan digitalisasi pajak dengan menggunakan *e-filing* dan *e-form*. Berikut ini data daftar jumlah wajib pajak yang menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) pajak khusus pada wajib pajak non karyawan dengan perincian data pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1
SPT Wajib Pajak Non Karyawan dalam
Menggunakan Digitalisasi Pajak Tahun
2017-2021

Tahun	NPWP Terdaftar	Wajib Pajak (SPT)	% WP Aktif
2017	1,964,331	1,208,723	65,14 %
2018	2,452,653	1,821,769	74,28 %
2019	3,042,548	2,310,262	75,93 %
2020	3,351,295	1,757,545	52,44 %
2021	4,070,690	1,853,472	45,53 %

Sumber: www.djp.go.id

Berdasarkan tabel 1 bahwa penyampaian SPT wajib pajak secara non karyawan yang melaporkan pajak menggunakan digitalisasi dalam bentuk *e-filing* dan *e-form* mengalami penurunan dari tahun 2017 sampai 2021.

Menurut (Night & Bananuka, 2020), mengemukakan penerapan sistem pajak elektronik diperlukan peran pemerintah otoritas pajak untuk memberikan edukasi kepada wajib pajak tentang manfaat sistem pajak elektronik yang dapat secara positif mengubah sikap wajib terhadap sistem pajak elektronik. Sama halnya menurut (Mustapha & Obid, 2015) sebaiknya pelaporan pajak oleh wajib pajak hendaknya menggunakan *platform* karena memiliki fitur yang membantu dalam penggunaan dan mempermudah dalam proses pelaporan pajak secara keseluruhannya.

Rangkaian fenomena-fenomena dan hasil penelitian terdahulu yang mendapatkan hasil yang berbeda-beda dan tidak sesuai dengan teori membuat peneliti tertarik untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan Digitalisasi Pajak. Berdasarkan hal tersebut di atas peneliti bermaksud melakukan penelitian yang dengan Judul: **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Digitalisasi Pajak Dengan Niat Perilaku sebagai variabel Intervening”**.

Rumusan Masalah

Penelitian terdahulu tentang digitalisasi pajak telah menghasilkan kesimpulan yang berbeda-beda terutama pada pelaporan SPT

bagi wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa wajib Pajak masih membutuhkan edukasi khusus pada wajib pajak orang pribadi non karyawan yang terdaftar di Kantor Pelayanan Penyuluhan dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) Pasir Pengarian di Kabupaten Rokan Hulu. Maka peneliti akan menganalisis Pengaruh *Self Assessment System, Click, Call and Center, Hedonic Motivation and Facilitating Condition* Terhadap Digitalisasi Pajak dengan Niat Perilaku sebagai variabel Intervening wajib pajak orang pribadi non karyawan yang terdaftar di KP2KP Pasir Pengarian di Kabupaten Rokan Hulu.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Self Assessment System, Click, Call and Center, Hedonic Motivation dan Facilitating Condition* Terhadap Digitalisasi Pajak dengan Niat Perilaku sebagai variabel Intervening wajib pajak orang pribadi non karyawan yang terdaftar di KP2KP Pasir Pengarian di Kabupaten Rokan Hulu.

II. TINJAUAN TEORI

Digitalisasi Pajak

Digitalisasi Pajak merupakan bentuk reformasi sistem pelaporan pajak dari format pengarsipan kertas analog menjadi format digital dan daring, (karaawy, 2018). Melalui digitalisasi pajak dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan kinerja pemerintah, sebab kinerja pemerintah yang nyata dapat menumbuhkan kepercayaan dari masyarakat maupun wajib pajak kepada pemerintah.

Self Assessment System

Self Assessment System merupakan suatu sistem yang memberikan fasilitas kepada wajib pajak untuk dapat menghitung, membayar dan melaporkan kewajiban dan hak perpajakannya, (Mangoting, 2020).

Click, Call and Counter (3C)

Click, Call and Counter (3C) merupakan perwujudan digitalisasi seluruh layanan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) agar mudah diakses oleh wajib pajak melalui situs web dan telepon sehingga wajib pajak datang ke kantor pajak jika

memang layanan tidak bisa tertangani melalui keduanya, (Rahmasari, 2020).

Facilitating Condition

Facilitating Condition merupakan kepercayaan individu bahwa organisasi dan infrastruktur dapat membantu untuk mendukung penggunaan sistem, (Farooq et al., 2017).

Niat Perilaku

Niat Perilaku merupakan suatu bentuk ukuran kekuatan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, (Farooq et al., 2017).

III. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, maka penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang ditujukan untuk menguji hipotesis dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Digitalisasi Pajak Pada KP2KP Wilayah Pasir Pengaraian di Kabupaten Rokan Hulu.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada November 2023 dengan mengambil objek penelitian di KP2KP Wilayah Pasir Pengaraian di Kabupaten Rokan Hulu. Data Diperoleh melalui Direktorat Jenderal Pajak dan KP2KP Pasir Pengaraian Wilayah di Kabupaten Rokan Hulu. Data diperoleh dari wajib pajak non karyawan dari tahun 2017-2021.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif dan kuantitatif yang berupa data primer dan data sekunder yang diperoleh dari KPK2KP Wilayah Pasir Pengaraian di Kabupaten Rokan Hulu. Sumber data adalah data wajib pajak menyampaikan SPT dari wajib pajak non karyawan.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Tabel 2
Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No	Variabel	Dimensi	Skala
1	Digitalisasi Pajak merupakan bentuk reformasi sistem pelaporan pajak dari format pengarsipan kertas analog menjadi format digital dan daring, (karaawy, 2018).	<i>E-Registration</i>	Likert
		<i>e-Filing</i>	Likert
		<i>e-Billing</i>	Likert
		<i>e-Form</i>	Likert
2	<i>Self Assessment System</i> merupakan suatu system yang memberikan fasilitas kepada wajib pajak untuk dapat menghitung, membayar dan melaporkan kewajiban dan hak perpajakannya, (Mangoting, 2020)	Menghitung	Likert
		Membayar	Likert
		Melaporkan	Likert
3	<i>Click, Call and Counter (3C)</i> merupakan perwujudan digitalisasi seluruh layanan DJP agar mudah diakses oleh wajib pajak melalui situs web dan telepon sehingga wajib pajak datang ke kantor pajak jika memang layanan tidak bisa tertangani melalui keduanya,	Pelayanan	Likert
		Efisiensi	Likert

	(Rahmasari, 2020),		
4	<i>Hedonic Motivation</i> merupakan sebuah perasaan kesenangan atau kenikmatan yang disebabkan dengan penggunaan teknologi, Venkatesh et al dalam, (Farooq et al., 2017)	<i>Fun Or Pleasure Derived</i>	Likert
		<i>Perceived Enjoyment</i>	Likert
5	<i>Facilitating Condition</i> merupakan kepercayaan individu bahwa organisasi dan infrastruktur dapat membantu untuk mendukung penggunaan sistem, (Farooq et al., 2017)	Kontrol perilaku yang dirasakan	Likert
		Kondisi yang memfasilitasi	Likert
6	Niat Perilaku merupakan suatu bentuk ukuran kekuatan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, (Farooq et al., 2017).	<i>Intention</i>	Likert
		<i>Continuita</i>	Likert

Sumber: Data Olahan, 2023

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif Responden

Gambaran karakteristik wajib pajak orang pribadi dan kuesioner yang telah disebarkan dengan penentuan sampel dengan teknik penarikan sampel yaitu purposive sampling sebanyak 65 wajib pajak dengan rincian sebanyak 26 adalah wajib pajak dengan jenis kelamin laki-laki sementara wajib pajak dengan jenis kelamin perempuan berjumlah sebanyak 39 wajib pajak. Data terkumpul merupakan sampel dari jumlah populasi yang dipilih berdasarkan kriteria yaitu wajib pajak orang

pribadi yang terdaftar pada Kantor Pelayanan, penyuluhan dan Konsultasi Perpajakan Pasir Pengaraian. Berikut ini adalah rincian data jenis kelamin wajib pajak yang telah mengisi kuesioner pada tabel berikut ini:

Tabel 3
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah Orang	(%)
1	Laki-Laki	26	40
2	Perempuan	39	60
	Jumlah	65	100

Sumber: Data Olahan, 2024

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden paling banyak didominasi oleh wajib pajak perempuan sebanyak 39 orang atau sebesar 60% sementara untuk wajib pajak laki-laki hanya sebanyak 26 orang atau sebesar 40%.

Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui deskripsi suatu data yang dilihat dari Nilai maksimum, Nilai minimum, Nilai rata – rata (mean), dan Nilai standar deviasi, dari variabel pengetahuan pajak, kualitas pelayanan pajak, keadilan pajak, pendapatan, niat perilaku, Digitalisasi Pajak, penjelasan analisis deskriptif dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4
Hasil analisis deskriptif

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Standard Deviation
<i>Self Assessment System</i>	1.00	5.4	4.22	0.799
<i>Click, Call and Center</i>	2.00	5.4	4.42	0.687
<i>Hedonic Motivation</i>	1.00	5.00	4.31	0.589
<i>Facilitating Condition</i>	1.00	5.00	4.15	0.677
Niat Perilaku	3.00	5.00	4.41	0.583
Digitalisasi Pajak	1.00	5.4	4.35	0.563

Sumber : Data Olahan, 2024

Digitalisasi pajak yang merupakan model dari variabel dependen diketahui bahwa Nilai minimum digitalisasi pajak adalah 1,00 dan Nilai maksimum sebesar 5,4 hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi pajak yang menjadi sampel penelitian ini berkisar antara 1,00 sampai 5,4 dengan rata – rata 4,35 pada standar deviasi 0,563

Niat perilaku merupakan model dari variabel intervening diketahui bahwa Nilai minimum niat perilaku adalah 3,00 dan Nilai maksimum sebesar 5,00 hal ini menunjukkan bahwa niat perilaku yang menjadi sampel penelitian ini berkisar antara 3,00 sampai 5,00 dengan rata – rata 4,41 pada standar deviasi 0,583.

Variabel *Self Assessment System* , berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa Nilai minimum pengetahuan pajak adalah sebesar 1,00 dan Nilai maksimum sebesar 5,4. Hal ini menunjukkan bahwa besar *Self Assessment System* yang menjadi sampel penelitian ini berkisaran 1,00 sampai 5,4

dengan rata – rata 4,22 dengan standar deviasi 0,799.

Variabel *Click, Call and Center* mempunyai Nilai minimum sebesar 2,00 dan Nilai maksimum sebesar 5,4. Hal ini menunjukkan bahwa besar *Click, Call and Center* yang menjadi sampel penelitian ini berkisaran 2,00 sampai 5,4 dengan rata – rata 4,42 dengan standar deviasi 0,687.

Variabel *Hedonic Motivation* mempunyai Nilai minimum sebesar 1,00 dan Nilai maksimum sebesar 5,00. Hal ini menunjukkan bahwa besar *Hedonic Motivation* yang menjadi sampel penelitian ini berkisaran 1,00 sampai 5,00 dengan rata – rata 4,31 dengan standar deviasi 0,589.

Variabel *Facilitating Condition* mempunyai Nilai minimum sebesar 1,00 dan Nilai maksimum sebesar 5,00. Hal ini menunjukkan bahwa besar *Facilitating Condition* yang menjadi sampel penelitian ini berkisaran 1,00 sampai 5,00 dengan rata – rata 4,15 dengan standar deviasi 0,677.

Outer Model

Validitas Konvergen

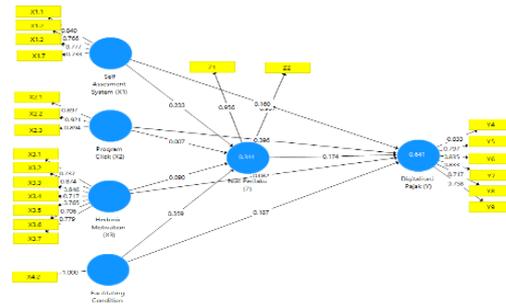
Validitas Konvergen dari sebuah model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item score atau component score dengan construct score yang dihitung dengan PLS. Caranya dengan mengevaluasi hasil *outer loading* tiap indicator, ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70.

Tabel 5
Nilai Validitas Konvergen

	<i>Self Assessment System</i> (X1)	<i>Click, Call and Center</i> (X2)	<i>Hedonic Motivation</i> (X3)	<i>Facilitating Condition</i> (X4)	Niat Perilaku (Z)	Digitalisasi Pajak (Y)
X1	0.840					
X2	0.766					

X 1. 3	0.777				
X 1. 4	0.733				
X 2. 1		0.897			
X 2. 2		0.921			
X 2. 3		0.894			
X 3. 1			0.737		
X 3. 2			0.874		
X 3. 3			0.846		
X 3. 4			0.717		
X 3. 5			0.765		
X 3. 6			0.706		
X 3. 7			0.779		
X 4. 1				1.000	
Z 1					0.956
Z 2					0.957
Y 1					0.833
Y 2					0.797
Y 3					0.835
Y 4					0.833
Y 5					0.717
Y 6					0.758
Y 7					0.833

Sumber : data olahan, 2024.



Gambar 1. Pengujian Validitas

Setiap variabel laten harus dapat menjelaskan varian indikator masing-masing setidaknya sebesar 50%. Oleh karena itu korelasi *absolut* antara variabel laten dan indikatornya > 0,70 (nilai *absolut loading* baku bagian luar atau disebut *outer loading*). Berdasarkan nilai *outer loading* semua indikator pada masing-masing variabel penelitian > 0.70. Dari hasil estimasi ini membuktikan indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini telah memenuhi *convergent validity*.

Validitas Diskriminan

Suatu indikator dinyatakan valid jika mempunyai *outer loading* tertinggi kepada konstruk yang dituju dibandingkan *outer loading* kepada konstruk lain. Dalam penelitian ini hasil uji *Discriminant Validity* ditampilkan pada tabel 6 berikut ini:

Tabel 6
Nilai Validitas Diskriminan

	AVE	Keterangan
Self Assessment System (X1)	0.608	Valid
Click, Call and Center (X2)	0.817	Valid
Hedonic Motivation (X3)	0.604	Valid
Facilitating Condition (X4)	1.000	Valid
Niat Perilaku (Z)	0.915	Valid
Digitalisasi Pajak (Y)	0.635	Valid

Sumber: Data Olahan, 2024

Berdasarkan tabel 6, menunjukkan bahwa AVE dari masing-masing variabel penelitian sebesar > 0.50. Dari hasil ini

membuktikan bahwa seluruh variabel independen penelitian ini valid dan memenuhi *Discriminant validity*.

Composite reliability

	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Self Assessment System</i> (X1)	0.802	Reliable
<i>Click, Call and Center</i> (X2)	0.888	Reliable
<i>Hedonic Motivation</i> (X3)	0.892	Reliable
<i>Facilitating Condition</i> (X4)	1.000	Reliable
Niat Perilaku (Z)	0.907	Reliable
Digitalisasi Pajak (Y)	0.884	Reliable

Composite reliability adalah salah satu cara digunakan untuk menguji nilai reliabilitas dari setiap indikator variabel. Variabel dapat dikatakan memenuhi *Composite reliability* apabila nilainya lebih dari 0,70. Berikut ini hasil dari *Composite reliability* dari masing-masing variabel:

Tabel 7
Hasil Composite Reliability

	Composite Reliability	Keterangan
<i>Self Assessment System</i> (X1)	0.861	Reliable
<i>Click, Call and Center</i> (X2)	0.931	Reliable
<i>Hedonic Motivation</i> (X3)	0.914	Reliable

<i>Facilitating Condition</i> (X4)	1.000	Reliable
Niat Perilaku (Z)	0.956	Reliable
Digitalisasi Pajak (Y)	0.912	Reliable

Sumber : data olahan, 2024

Berdasarkan tabel 7 diketahui nilai *Composite Reliability* dari variabel *Self Assessment System* >0.70 yaitu sebesar 0.861, *Click, Call and Center* >0.70 yaitu sebesar 0.931, *Hedonic Motivation* >0.70 sebesar 0.914, *Facilitating Condition* >0.70 sebesar 1.000, Niat Perilaku >0.70 sebesar 0.956, Digitalisasi Pajak >0.70 sebesar 0.912. Dilihat dari nilai *Composite Reliability* pada setiap variabel yang besarnya >0,70 menunjukkan bahwa semuanya *reliable*.

Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha dapat digunakan untuk memperkuat uji reliabilitas dari *composite reliability*. Suatu variabel dapat dikatakan *reliabel* apabila memiliki *Cronbach's Alpha* > 0.70.

Tabel 8
Cronbach's Alpha

Sumber: Data Olahan, 2024

Berdasarkan tabel 8 nilai *Cronbach Alpha's* dari variabel *Self Assessment System* >0.70 yaitu sebesar 0.802, *Click, Call and Center* >0.70 yaitu sebesar 0.888, *Hedonic Motivation* >0.70 sebesar 0.892, *Facilitating Condition* >0.70 sebesar 1.000, Niat Perilaku >0.70 sebesar 0.907, Digitalisasi Pajak >0.70 sebesar 0.884. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masih ada 1 variabel yang belum memenuhi *Cronbach Alpha's*, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Inner Model

Uji Path Coefficient

Evaluasi *Path Coefficient* digunakan untuk menunjukkan seberapa kuat pengaruh variabel independen pada variabel dependen. Berdasarkan *R-Square* digunakan untuk mengukur perubahan variabel independen terhadap Variabel

Dependen. Semakin Tinggi Nilai R^2 , Berarti Semakin Tinggi Model Prediksi Dari Model Penelitian Yang Diajukan Nilai *R-Square* sebesar $>0,70$, $0,67$, $0,33$ dan $0,19$ menunjukkan model kuat, substansial, moderat dan lemah, (Imam Ghozali 2023). SmartPLS diperoleh *R-Square* pada tabel 9 berikut ini:

Tabel 9
Nilai R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Niat Perilaku (Z)	0.344	0.300
Digitalisasi Pajak (Y)	0.641	0.611

Sumber: Data Olahan, 2024

Berdasarkan tabel 9 dapat dilihat bahwa penelitian ini menggunakan 2 (dua) buah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel digitalisasi Pajak yang dipengaruhi oleh variabel *Self Assessment System*, *Click, Call and Center*, *Hedonic Motivation* dan *Facilitating Condition*. Kemudian variabel niat perilaku yang dipengaruhi oleh variabel *Self Assessment System*, *Click, Call and Center*, *Hedonic Motivation* dan *Facilitating Condition*.

Tabel 9 menunjukkan bahwa Nilai R-Square untuk variabel Digitalisasi pajak adalah sebesar 0.641 yang berarti model mampu menjelaskan sebesar 64,1% untuk variabel yang mempengaruhi digitalisasi pajak. Untuk variabel niat perilaku diperoleh sebesar 0.344 yang berarti model mampu menjelaskan sebesar 34,4% untuk variabel yang mempengaruhi niat perilaku.

Uji Hipotesis

Hipotesis diuji dengan menggunakan *Path Coefficients* atau Koefisien Jalur Dan untuk menguji pengaruh tidak langsung melalui *Specific Indirect Effect*. Nilai *path coefficients* dan *Specific Indirect Effect* dilihat dari P Value $<0,05$. Informasi mengenai nilai *path coefficients* ini dapat dilihat pada Tabel 10 berikut ini.

Tabel 10
Hasil uji hipotesis

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Informasi
<i>Self Assessment System</i> (X1) -> Digitalisasi Pajak (Y)	0.160	1.121	0.133	Ditolak
<i>Self Assessment System</i> (X1) -> Niat Perilaku (Z)	0.233	0.997	0.161	Ditolak
<i>Click, Call and Center</i> (X2) -> Digitalisasi Pajak (Y)	0.396	3.085	0.001	Diterima
<i>Click, Call and Center</i> (X2) -> Niat Perilaku (Z)	0.007	0.037	0.485	Ditolak
<i>Hedonic Motivation</i> (X3) -> Digitalisasi Pajak (Y)	0.082	0.638	0.263	Ditolak
<i>Hedonic Motivation</i> (X3) -> Niat Perilaku (Z)	0.090	0.377	0.354	Ditolak
<i>Facilitating Condition</i> (X4) -> Digitalisasi Pajak (Y)	0.187	1.493	0.070	Ditolak
<i>Facilitating Condition</i> (X4) -> Niat Perilaku (Z)	0.359	2.346	0.011	Diterima
Niat Perilaku (Z) -> Digitalisasi Pajak (Y)	0.174	1.548	0.063	Ditolak
<i>Self Assessment System</i> (X1) -> Niat Perilaku (Z) -> Digitalisasi Pajak (Y)	0.041	0.783	0.218	Ditolak
<i>Click, Call and Center</i> (X2) -> Niat Perilaku (Z) -> Digitalisasi Pajak (Y)	0.001	0.031	0.488	Ditolak
<i>Hedonic Motivation</i> (X3) -> Niat Perilaku (Z) -> Digitalisasi Pajak (Y)	0.016	0.306	0.380	Ditolak
<i>Facilitating Condition</i> (X4) -> Niat Perilaku (Z) -> Digitalisasi Pajak (Y)	0.063	1.590	0.058	Ditolak

Sumber: Data Olahan, 2024

Berdasarkan hasil pada Tabel 10 dapat disimpulkan:

1. *Self Assessment System* (X1) terhadap Digitalisasi Pajak (Y) memperoleh nilai P-Values 0.133 dan t-statistic sebesar 1.121.
2. *Self Assessment System* (X1) terhadap Niat Perilaku (Z) memperoleh nilai P-Values 0.161 dan t-statistic sebesar 0.997.
3. *Click, Call and Center* (X2) terhadap Digitalisasi Pajak (Y) memperoleh nilai P-Values 0.001 dan t-statistic sebesar 3.085
4. *Click, Call and Center* (X2) terhadap Niat Perilaku (Z) memperoleh nilai P-Values 0.485 dan t-statistic sebesar 0.037
5. *Hedonic Motivation* (X3) ->) terhadap Digitalisasi Pajak (Y) K memperoleh

- nilai P-Values 0.263 dan t-statistic sebesar 0.638
6. *Hedonic Motivation* (X3) -> terhadap Niat Perilaku (Z) memperoleh nilai P-Values 0.354 dan t-statistic sebesar 0.377.
 7. *Facilitating Condition* (X4) ->) terhadap Digitalisasi Pajak (Y) K memperoleh nilai P-Values 0.070 dan t-statistic sebesar 1.493
 8. *Facilitating Condition* (X4) -> terhadap Niat Perilaku (Z) memperoleh nilai P-Values 0.011 dan t-statistic sebesar 2.346.
 9. Niat Perilaku (Z) terhadap Digitalisasi Pajak (Y) memperoleh nilai P-Values 0.063 dan t-statistic sebesar 1.548
 10. *Self Assessment System* (X1) terhadap Digitalisasi pajak (Y) melalui Niat Perilaku (Z) memperoleh Nilai P-Value 0.218 dan t-statistic sebesar 0.783.
 11. *Click, Call and Center* Pajak (X2) terhadap Digitalisasi pajak (Y) melalui Niat Perilaku (Z) memperoleh Nilai P-Value 0.448 dan t-statistic sebesar 0.031.
 12. *Hedonic Motivation* (X3) terhadap Digitalisasi Pajak (Y) melalui Niat Perilaku (Z) memperoleh Nilai P-Value 0.380 dan t-statistic sebesar 0.306.
 13. *Facilitating Condition* (X4) terhadap Digitalisasi Pajak (Y) melalui Niat Perilaku (Z) memperoleh Nilai P-Value 0.058 dan t-statistic sebesar 1.590.

Pembahasan

Pengaruh *Self Assessment System* Terhadap Digitalisasi Pajak

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa Nilai t-Statistik dari pengaruh langsung *Self Assessment System* terhadap Digitalisasi Pajak menunjukkan Nilai P-Values –Values $0.133 < 0.05$ dengan t-Statistik sebesar $1.121 < 2.000$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Self Assessment System* tidak berpengaruh signifikan

terhadap Digitalisasi pajak dan hipotesis ditolak.

Temuan ini tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sukiyaningsih, 2020) dan (Mangoting, 2020). Berdasarkan hasil penelitian, maka otoritas pajak harus terus berupaya untuk meningkatkan sosialisasi terkait dengan pelaporan pajak menggunakan digitalisasi yang telah disediakan oleh Pemerintah.

Pengaruh *Self Assessment System* Terhadap Niat Perilaku

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa Nilai t-Statistik dari pengaruh langsung *Self Assessment System* terhadap Niat Perilaku menunjukkan Nilai P-Values –Values $0.161 < 0.05$ dengan t-Statistik sebesar $0.997 < 2.000$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Self Assessment System* tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku dan hipotesis ditolak.

Temuan penelitian ini tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hutahaean, Ester Sophia; Eva Andayani, supervisor; Inayati, 2020), (Sukiyaningsih, 2020) dan (Mangoting, 2020). Berdasarkan hasil tersebut, maka otoritas pajak harus terus berupaya untuk memberikan edukasi kepada wajib pajak untuk memiliki pengetahuan terkait pelaporan pajak sehingga menimbulkan niat untuk patuh pada saat pelaporan pajak.

Pengaruh *Click, Call and Center* Terhadap Digitalisasi Pajak

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa Nilai t-Statistik dari pengaruh langsung *Click Call and Center* terhadap Digitalisasi Pajak menunjukkan Nilai P-Values –Values $0.001 < 0.05$ dengan t-Statistik sebesar $3.085 > 2.000$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Click, Call and Center* berpengaruh signifikan terhadap Digitalisasi pajak dan hipotesis diterima.

Temuan penelitian searah dengan penelitian yang dilakukan oleh, (Safitri et al., 2023) dan (Swastiko & Achmad Fauzi, 2023). Berdasarkan hasil penelitian ini

diharapkan kepada otoritas pajak terus meningkatkan awareness wajib pajak dengan memberikan kualitas pelayanan pajak sehingga wajib pajak termotivasi untuk menggunakan digital yang telah disediakan oleh direktorat jenderal pajak.

Pengaruh *Click, Call and Center* Terhadap Niat Perilaku

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa Nilai t-Statistik dari pengaruh langsung *Click, Call and Center* terhadap Niat Perilaku menunjukkan Nilai P-Values –Values $0.485 < 0.05$ dengan t-Statistik sebesar $0.037 < 2.000$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Click, Call and Center* tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku dan hipotesis ditolak.

Temuan penelitian ini tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Swastiko & Achmad Fauzi, 2023) dan (Safitra et al., 2023). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka otoritas pajak harus terus meningkatkan sosialisasi dan mengadakan pelatihan kepada wajib pajak terkait penggunaan teknologi dalam pelaporan pajak.

Pengaruh *Hedonic Motivation* Terhadap Digitalisasi Pajak

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa Nilai t-Statistik dari pengaruh langsung *Hedonic Motivation* terhadap Digitalisasi Pajak menunjukkan Nilai P-Values –Values $0.263 < 0.05$ dengan t-Statistik sebesar $0.638 < 2.000$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Hedonic Motivation* tidak berpengaruh signifikan terhadap Digitalisasi Pajak dan hipotesis ditolak.

Temuan penelitian tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Venkatesh et al., 2012), (Farooq et al., 2017) dan (Ferghyna et al., 2020). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka otoritas pajak harus terus meningkatkan minat wajib pajak untuk terus menggunakan teknologi dalam pelaporan pajak dengan memberikan

kemudahan dalam penggunaan teknologi pajak.

Pengaruh *Hedonic Motivation* Terhadap Niat Perilaku

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa Nilai t-Statistik dari pengaruh langsung *Hedonic Motivation* terhadap Niat Perilaku menunjukkan Nilai P-Values –Values $0.263 < 0.05$ dengan t-Statistik sebesar $0.638 < 2.000$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Hedonic Motivation* tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku dan hipotesis ditolak.

Temuan penelitian tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Venkatesh et al., 2012), (Farooq et al., 2017) dan (Ferghyna et al., 2020). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka otoritas pajak harus terus memperbaharui kemudahan dalam penggunaan digitalisasi pajak sehingga meningkatkan niat dari wajib pajak untuk taat lapor pajak.

Pengaruh *Facilitating Condition* Terhadap Digitalisasi Pajak

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa Nilai t-Statistik dari pengaruh langsung *Facilitating Condition* terhadap Digitalisasi Pajak menunjukkan Nilai P-Values –Values $0.070 < 0.05$ dengan t-Statistik sebesar $1.493 < 2.000$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Facilitating Condition* tidak berpengaruh signifikan terhadap Digitalisasi Pajak dan hipotesis ditolak.

Temuan penelitian tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hayat et al., 2022) dan (Maqsudi et al., 2021), namun tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nolanda, 2022). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka otoritas pajak harus terus meningkatkan kesadaran wajib pajak dengan memberikan edukasi akan pentingnya pajak untuk pembangunan dan pembiayaan negara.

Pengaruh *Facilitating Condition* Terhadap Niat Perilaku

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa Nilai t-Statistik dari pengaruh langsung *Facilitating Condition* terhadap Niat Perilaku menunjukkan Nilai P-Values –Values $0.011 < 0.05$ dengan t-Statistik sebesar $2.346 > 2.000$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Facilitating Condition* berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku dan hipotesis diterima.

Temuan penelitian searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ferghyna et al., 2020) dan (Farooq et al., 2017). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka otoritas pajak sebaiknya menyediakan fasilitas teknologi yang mudah diakses untuk daerah terpencil sehingga bisa meningkatkan pelaporan oleh wajib pajak.

Pengaruh Niat Perilaku Terhadap Digitalisasi Pajak

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa Nilai t-Statistik dari pengaruh langsung Niat Perilaku terhadap Digitalisasi Pajak menunjukkan Nilai P-Values –Values $0.063 < 0.05$ dengan t-Statistik sebesar $1.548 < 2.000$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Niat Perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap Digitalisasi Pajak dan hipotesis ditolak

Temuan penelitian ini tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Farooq et al., 2017) dan (Ferghyna et al., 2020). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka, aparatur pajak harus meningkatkan kemudahan dalam akses penggunaan digitalisasi pajak dalam pelaporan pajak khusus pada daerah terpencil.

Pengaruh *Self Assessment System* Terhadap Digitalisasi Pajak Melalui Niat Perilaku

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa Nilai t-Statistik dari pengaruh *Self Assessment System* Terhadap Digitalisasi Pajak melalui Niat Perilaku menunjukkan Nilai P-Values –Values $0.218 < 0,05$

dengan t-Statistik sebesar $0.783 < 2.000$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Self Assessment System* tidak berpengaruh terhadap Digitalisasi Pajak melalui Niat Perilaku dan hipotesis ditolak.

Temuan penelitian ini tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sukiyaningsih, 2020) dan (karaawy, 2018). Berdasarkan hasil penelitian maka otoritas pajak harus terus meningkatkan pelatihan dan sosialisasi penggunaan teknologi pelaporan pajak khusus pada daerah yang terpencil dan masyarakat yang masih masih tertinggal.

Pengaruh *Click, Call and Center* Terhadap Digitalisasi Pajak Melalui Niat Perilaku

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa Nilai t-Statistik dari pengaruh *Click, Call and Center* Terhadap Digitalisasi Pajak melalui Niat Perilaku menunjukkan Nilai P-Values –Values $0.448 < 0,05$ dengan t-Statistik sebesar $0.031 < 2.000$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Click, Call and Center* tidak berpengaruh terhadap Digitalisasi Pajak melalui Niat Perilaku dan hipotesis ditolak.

Temuan penelitian ini tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Swastiko & Achmad Fauzi, 2023), (Safitra, 2021) dan (Safitra et al., 2023). Berdasarkan hasil penelitian maka otoritas pajak terus berupaya untuk meningkatkan niat dari wajib pajak untuk menggunakan teknologi yang telah disediakan serta memanfaatkan fasilitas yang telah disediakan oleh Direktorat Jenderal Pajak.

Pengaruh *Hedonic Motivation* Terhadap Digitalisasi Pajak Melalui Niat Perilaku

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa Nilai t-Statistik dari pengaruh *Hedonic Motivation* Terhadap Digitalisasi Pajak melalui Niat Perilaku menunjukkan Nilai P-Values –Values $0.380 < 0,05$ dengan t-Statistik sebesar $0.306 < 2.000$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Hedonic Motivation* tidak berpengaruh

terhadap Digitalisasi Pajak melalui Niat Perilaku dan hipotesis ditolak.

Temuan penelitian tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pertiwi, N. W. Y., & Ariyanto, 2016) dan (Farooq et al., 2017). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka otoritas pajak harus terus meningkatkan kesadaran wajib pajak dengan memberikan edukasi akan kemudahan dalam penggunaan teknologi dalam pelaporan pajak.

Pengaruh *Facilitating Condition* Terhadap Digitalisasi Pajak melalui Niat Perilaku

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa Nilai t-Statistik dari pengaruh *Facilitating Condition* Terhadap Digitalisasi Pajak melalui Niat Perilaku menunjukkan Nilai P-Values –Values $0.058 < 0,05$ dengan t-Statistik sebesar $1.590 < 2.000$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Facilitating Condition* tidak berpengaruh terhadap Digitalisasi Pajak melalui Niat Perilaku dan hipotesis ditolak.

Temuan penelitian tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tosuntaş et al., 2015) dan (Ferghyna et al., 2020). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka otoritas pajak harus menyediakan fasilitas yang memberikan kemudahan bagi wajib pajak untuk melaporkan pajak sehingga menimbulkan niat dari wajib pajak untuk terus taat pajak.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini menguji Faktor-Faktor yang mempengaruhi digitalisasi pajak oleh wajib pajak. Temuan ini menunjukkan bahwa *Click, Call and Center* berpengaruh terhadap Digitalisasi Pajak sementara *Self Assessment System, Hedonic Motivation* dan *Facilitating Condition* tidak berpengaruh terhadap Digitalisasi Pajak.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada variabel *Self Assessment System, Hedonic Motivation* dan *Facilitating Condition* tidak berpengaruh terhadap

Digitalisasi Pajak. Sehingga disarankan untuk peneliti berikutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menjadikan penggunaan teknologi dan kemudahan dalam penggunaan teknologi sebagai variabel yang dapat diteliti.

Rekomendasi

Berdasarkan temuan penelitian ini, ada beberapa saran dan implikasi. Temuan dalam penelitian ini menemukan bahwa *Click, Call and Center* mendorong perilaku wajib pajak untuk menggunakan digitalisasi pajak untuk pelaporan pajak. oleh karena itu, pemerintah terus meningkatkan kualitas digitalisasi untuk pelaporan pajak serta meningkatkan sosialisasi penggunaan teknologi tersebut.

Implikasi

Hasil penelitian ini berimplikasi pada kebijakan otoritas pajak dalam membuat kebijakan yang dapat memberikan wawasan khusus untuk meningkatkan niat perilaku dari wajib pajak untuk terus menggunakan digitalisasi pajak yang telah disediakan oleh pemerintah serta mengurangi tingkat wajib pajak yang tidak patuh.

REFERENSI

- Bakunzibake, P. (2016). Towards Organizational Transformation in Developing Countries: Enterprise Content Management in Rwanda. *Electronic Government and Electronic Participation: Joint Proceedings of Ongoing Research and Projects of IFIP WG 8.5 EGOV and EPart 2016*, 23, 305–312. <https://doi.org/10.3233/978-1-61499-670-5-305>
- Barreix, A., & Zambrano, R. (2018). *Electronic Invoicing in Latin America: English Summary of the Spanish Document*. https://www.ciat.org/Biblioteca/Estudios/2018_FE/2018_Electronic_invoice_summary_BID_CIAT.pdf

- Bentley, D. (2019). Timeless principles of taxpayer protection: how they adapt to digital disruption. *EJournal of Tax Research*.
- Dian, R. (2021). *OECD: Tax Administration 2021*. https://www.oecd-ilibrary.org/taxation/tax-administration-2021_cef472b9-en
- Farooq, M. S., Salam, M., Jaafar, N., Fayolle, A., Ayupp, K., Radovic-Markovic, M., & Sajid, A. (2017). Acceptance and use of lecture capture system (LCS) in executive business studies: Extending UTAUT2. *Interactive Technology and Smart Education*, 14(4), 329–348. <https://doi.org/10.1108/ITSE-06-2016-0015>
- Ferghyna, F., Rachmadi, A., & Herlambang, A. D. (2020). Pengaruh Facilitating Conditions dan Behavioral Intention terhadap Use Behavior pada Pengguna Aplikasi BNI Mobile Banking. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 4(9), 3201–3208. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Green, R. M. (2018). The Leap of Faith. *Philosophy and Theology*, 3(4), 385–411. <https://doi.org/10.5840/philtheol19893412>
- Gunawong, P., & Gao, P. (2017). Understanding e-government failure in the developing country context: a process-oriented study. *Information Technology for Development*, 23(1), 153–178. <https://doi.org/10.1080/02681102.2016.1269713>
- Hayat, N., Salameh, A. A., Mamun, A. Al, Helmi Ali, M., & Makhbul, Z. K. M. (2022). Tax Compliance Behavior Among Malaysian Taxpayers: A Dual-stage PLS-SEM and ANN Analysis. *SAGE Open*, 12(3). <https://doi.org/10.1177/21582440221127190>
- Hutahaean, Ester Sophia; Eva Andayani, supervisor; Inayati, E. (2020). Pengaruh niat terhadap perilaku ketidakpatuhan pajak mitra pengemudi grab dalam melakukan self assessment system = The influence of intention on tax noncompliance behavior of grab driver partner to conduct self assessment system. <https://lib.ui.ac.id/Detail?Id=20507171&lokasi=lokal>.
- karaawy, N. A. A. Al. (2018). the Impact of Making Tax Digital Application on the Accounting Costs. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 22(3), 13.
- Mangoting, Y. (2020). Perceived Risk, Perceived Functional Benefit, dan Kepuasan sebagai Penentu Intensi Berkelanjutan Wajib Pajak Menggunakan e-filing. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 12(1), 32–47.
- Maqsudi, A., Ratnawati, T., & Riyadi, S. (2021). Socialization, Service and Knowledge Matter with Taxpayer Compliance: An Empirical Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(6), 89–95. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no6.0089>
- Mustapha, B., & Obid, S. N. B. S. (2015). Tax Service Quality: The Mediating Effect of Perceived Ease of Use of the Online Tax System. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 172, 2–9. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.328>
- Night, S., & Bananuka, J. (2020). The mediating role of adoption of an electronic tax system in the relationship between attitude towards electronic tax system and tax compliance. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 25(49), 73–88. <https://doi.org/10.1108/JEFAS-07-2018-0066>
- Nolanda, J. (2022). Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Penghasilan, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Selama Masa

- Pandemi Covid 19 Dengan Niat Membayar Pajak Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Kecamatan Cipondoh Kota Tangerang). 2, 211–222.
- OECD. (2022). Revenue Statistics in Asia and the Pacific: Papua New Guinea. *OECD Tax Statistics (Database)*, 28. https://www.oecd-ilibrary.org/taxation/data/revenue-statistics-in-asia/papua-new-guinea_d2ecd822-en
- Pertiwi, N. W. Y., & Ariyanto, D. (2016). Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(2), 1369–1397, 18(2). <https://www.bing.com/search?q=Pertiwi%2C+N.+W.+Y.%2C+%26+Ariyanto%2C+D.+%282017%29.+Penerapan+Model+UTAUT2+untuk+Menjelaskan+Minat+dan+Perilaku+Penggunaan+Mobile+Banking+di+Kota+Denpasar.+E-Jurnal+Akuntansi+Universitas+Udayana%2C+18%28%29%2C+1369-1397&cvid=8bb2d>
- Petutschnig, M. (2015). Future Orientation and Taxes: Evidence from Big Data. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2563548>
- Rahmasari, D. (2020). *Click, Call, Counter Jadi Jurus Kantor Pajak Incar Penerimaan*. <https://ortax.org/>
- Rebecca, & Grade, A. (2021). *Digital Taxation in Indonesia Center for Indonesian Policy Studies*. 10, 1–12.
- Robbins, G., Mulligan, E., & Keenan, F. (2015). e-Government in the Irish Revenue: The Revenue On-Line Service (ROS): A success story? *Financial Accountability and Management*, 31(4), 363–394. <https://doi.org/10.1111/faam.12061>
- Safitra, D. A. (2021). Penerimaan Wajib Pajak Pada Awal Implementasi E-Faktur Pajak Dhian Adhetya Safitra. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara*, 3(1), 119–135.
- Safitra, D. A., Muamarah, H. S., & Nugroho, R. (2023). Pilihan Layanan Multikanal Wajib Pajak. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 12(2), 199–211. <https://doi.org/10.21831/nominal.v12i2.59070>
- Sukiyaningsih, T. W. (2020). Studi Penerapan E-System dan Pelaksanaan Self Assesment System terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(01), 61–72. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i01.296>
- Swastiko, L., & Achmad Fauzi. (2023). Implementasi Teknologi Chatbot Pada Contact Center Kring Pajak 1500200: Dampak Terhadap Kapasitas Layanan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 111–120. <https://doi.org/10.56127/jaman.v3i1.664>
- Tosuntaş, B., Karadağ, E., & Orhan, S. (2015). The factors affecting acceptance and use of interactive whiteboard within the scope of FATIH project: A structural equation model based on the Unified Theory of acceptance and use of technology. *Computers and Education*, 81, 169–178. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2014.10.009>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>