

## PENGARUH MEDIA SOSIAL TENTANG KORUPSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN DAN KEPERCAYAAN WAJIB PAJAK

Leily Nur Indah Fitriana<sup>1)\*</sup>, Ustman<sup>2)</sup>, Rindi Antika<sup>3)</sup>, Budi<sup>4)</sup>

<sup>1)</sup> Universitas Madura, Jl. Ry. Panglegur KM 3,5 – Pamekasan, [leilyfitria@unira.ac.id](mailto:leilyfitria@unira.ac.id)

<sup>2)</sup> Universitas Madura, Jl. Ry. Panglegur KM 3,5 – Pamekasan, [ustman@unira.ac.id](mailto:ustman@unira.ac.id)

<sup>3)</sup> Universitas Madura, Jl. Ry. Panglegur KM 3,5 – Pamekasan, [rindiantika@gmail.co.id](mailto:rindiantika@gmail.co.id)

<sup>4)</sup> Universitas Madura, Jl. Ry. Panglegur KM 3,5 – Pamekasan, [budisuryaman@gmail.co.id](mailto:budisuryaman@gmail.co.id)

**ABSTRAK:** Pajak memiliki peran sangat penting di Indonesia, mengingat untuk pembangunan National akan memerlukan dana yang relative besar. Oleh sebab itu Pemanfaatan media social saat ini dinilai sebagai langkah yang efektif dan efisien dikarenakan lebih mudah di akses oleh seluruh masyarakat, cepat dan mudah untuk terhubung dengan siapapun. System perpajakan di Indonesia ini menuntut masyarakat untuk memenuhi kewajiban perpajakannya, sehingga membutuhkan kesadaran dari masyarakat untuk selalu membayar pajak tepat waktu. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dampak korupsi perpajakan dari pemberitaan di media social terhadap kepatuhan dan kepercayaan masyarakat untuk membayar pajak. Metode penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif, yang nantinya analisis datanya menggunakan Smart PLS versi 4. Hasil dari penelitian ini media social tentang berita korupsi pajak berpengaruh signifikan terhadap motivasi wajib pajak, persepsi wajib pajak dan kesadaran wajib pajak.

**Kata Kunci:** Wajib pajak, Motivasi, Kesadaran, Persepsi

***ABSTRACT:** Taxes have a very important role in Indonesia, considering that National development will require relatively large funds. Therefore, the use of social media is currently considered an effective and efficient step because it is easier for the entire community to access, it is quick and easy to connect with anyone. The tax system in Indonesia requires people to fulfill their tax obligations, so it requires awareness from the public to always pay taxes on time. The aim of the research is to determine the impact of tax corruption from reporting on social media on people's compliance and confidence in paying taxes. This research method is a quantitative research method, which will later analyze the data using Smart PLS version 4. The results of this research are that social media regarding tax corruption news has a significant effect on taxpayer motivation, taxpayer perception and taxpayer awareness.*

***Keywords:** Taxpayer, Motivation, Awareness, Peception*

### A. PENDAHULUAN

Di era digital segala perkembangan informasi bisa kita ketahui secara cepat melalui smartphone. Keberadan media sosial (medsos) membantu kita dalam mengakses dan mendapatkan informasi dengan lebih cepat, akurat dan relevan. Media sosial adalah media yang terhubung secara online, dimana para penggunanya dapat dengan mudah berbagi, dan juga menciptakan suatu konten. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media untuk saling berbagi antar individu atau kelompok saja, media sosial sekaligus berfungsi sebagai sumber informasi penting bagi masyarakat. Saat ini hampir semua instansi pemerintah sudah memiliki akun media sosial resmi yang bisa memberikan informasi dan edukasi tentang instansi pemerintah pusat dan daerah kepada masyarakat. Salah satu sumber informasi yang biasa dishare di media sosial adalah informasi terkini tentang perpajakan.

Pajak merupakan bagian terbesar dari pendapatan pemerintah yang dapat membantu perekonomian Negara. Penerimaan pajak didedikasi untuk kesejahteraan rakyat yang dapat dilihat dari pembangunan yang dilakukan oleh Negara, sebagian besar pembangunan yang

dilakukan oleh Negara untuk mendukung perkembangan fasilitas umum bagi kesejahteraan rakyat. Jika dilihat dari pentingnya penerimaan pajak maka merupakan suatu keharusan bagi warga Negara Indonesia untuk menjalankan kewajibannya sebagai wajib pajak yaitu menghitung, melaporkan dan membayar pajak tepat waktu. Jika ditinjau dari berita yang sedang marak di media social yaitu kasus Rafael yang terjadi di awal tahun 2023 berdampak pada menurunnya kepercayaan masyarakat untuk membayar pajak, banyak masyarakat yang menyerukan tidak lapor Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan hingga stop bayar pajak sebagai bentuk kekecewaan. Salah satu kebijakan yang perlu diperhatikan pada saat ini dalam rangka mengoptimalkan pendapatan Negara dari sektor pajak adalah meningkatkan jumlah pembayar pajak di Indonesia. Sistem perpajakan Indonesia pada saat ini salah satunya menganut sistem self assessment, yakni suatu sistem perpajakan yang memberi kepercayaan kepada Wajib Pajak untuk memenuhi dan melaksanakan sendiri kewajiban dan hak perpajakannya. Maka tanggung jawab atas kewajiban perpajakan berada pada masyarakat itu sendiri untuk bisa memenuhi kewajiban tersebut.

Dampak dari kasus yang beredar di media social yaitu korupsi pajak tahun 2023, jika wajib pajak tidak patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, maka akan menimbulkan keinginan untuk melakukan tindakan-tindakan seperti penolakan membayar pajak maupun penyelewengan pajak yang akan menyebabkan penerimaan kas Negara yang bersumber dari pajak akan mengalami penurunan. Predikat Wajib Pajak yang patuh dalam arti disiplin dan patuh, tidak bisa disamakan dengan wajib pajak yang mempunyai predikat pembayar pajak dalam jumlah besar, karena tidak ada hubungan antara kepatuhan dengan jumlah nominal setoran pajak yang dibayarkan pada kas Negara. Oleh karena itu, wajib pajak yang membayar pajak terbesar belum tentu bisa memenuhi kriteria sebagai Wajib Pajak yang patuh, dikarenakan masih memiliki tanggungan tunggakan maupun keterlambatan dalam penyetoran pajak maka tidak bisa mendapatkan predikat Wajib Pajak patuh.

Kepatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban dan melaksanakan hak perpajakannya tidak hanya dipengaruhi oleh faktor secara teknis dalam pelaksanaan peraturan perundang-undangan perpajakan, tetapi juga terkait dengan suatu iklim perpajakan yang sehat. Iklim perpajakan adalah suatu faktor yang tidak berwujud atau intangible factor dalam keseimbangan antara tidak membayar pajak (tax resistance) dengan kesadaran serta kepatuhan melaksanakan kewajiban perpajakan (tax compliance). Menjaga dan meningkatkan citra public otoritas pajak merupakan suatu pendekatan yang penting untuk menciptakan suasana perpajakan yang sehat. Bagaimanapun juga semua tindakan yang diambil dan sikap petugas pajak terhadap wajib pajak sehubungan dengan pelayanan tersebut, secara langsung mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap sistem perpajakan. Dengan adanya langkah ini, nantinya dapat dilihat hasil dari pemberitaan korupsi pajak di media social terhadap kepatuhan wajib pajak tidak mempengaruhi kewajiban masyarakat untuk membayar pajak tepat waktu sehingga bisa meningkatkan pendapatan Negara melalui wajib pajak.

Penelitian ini menarik untuk diteliti karena selama ini di media sosial sedang marak terjadi kasus korupsi yang akan berdampak terhadap kepercayaan wajib pajak orang pribadi untuk membayar pajak, selain itu kesadaran wajib pajak dan motivasi juga berperan penting untuk membangun kepatuhan wajib pajak. Maka dari itu peneliti akan melakukan penelitian secara mendalam tentang pengaruh media social tentang korupsi pajak terhadap kepatuhan dan kepercayaan wajib pajak untuk membayar pajak.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana penelitian yang menggunakan data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data primer dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner. Sedangkan data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan oleh seseorang, dan bukan peneliti yang melakukan studi mutakhir. Data tersebut bisa merupakan internal atau eksternal organisasi dan diakses melalui internet, penelusuran dokumen, atau publikasi informasi. Penelitian ini menggunakan data sekunder

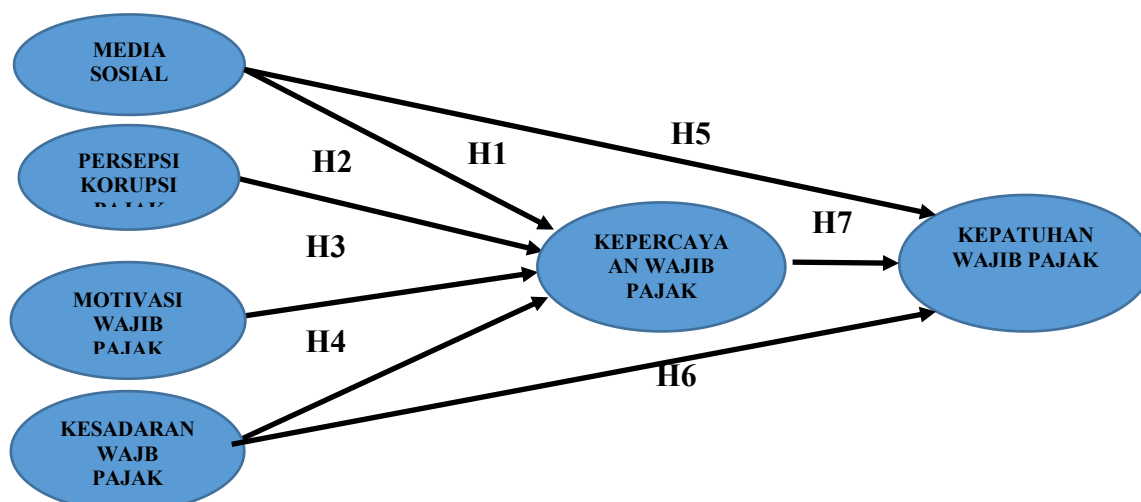
dengan mengumpulkan jurnal ilmiah, studi kepustakaan, dan data-data statistik baik dalam bentuk buku ataupun dari internet yang relevan dengan penelitian ini. Penelitian menggunakan data kuesioner responden yang dibagikan kepada kurang lebih 80 sampai 100 responden dengan skala 1 sampai 5 . Subyek penelitian adalah wajib pajak yang menggunakan media social di Kabupaten Pamekasan. Obyek penelitian ini adalah keberlanjutan dampak korupsi pajak dari media social terhadap kepatuhan dan kepercayaan masyarakat untuk memenuhi kewajibannya sebagai wajib pajak. Lokasi pengambilan sampel adalah kabupaten pamekasan. Pengambilan sampel dengan cara Teknik Random Sampling. Teknik analisis data dari penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis data dengan menggunakan tool SmartPLS versi 3 yang dijalankan dengan media komputer. Selain itu, teori yang mendukung dalam penelitian ini adalah Theory of Reasoned (TRA) yang berkembang pada tahun 1967 kemudian dikembangkan menjadi Theory of Planned Behavior (TPB). Ajzen (1991), menjelaskan yang dimaksud Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan teori yang didasarkan pada asumsi bahwa manusia biasanya akan berperilaku pantas (Behave in a sensible manner). Ajzen (1991), menjelaskan bahwa norma subjektif adalah yang merujuk pada persepsi individu dari tekanan social untuk melakukan atau tidak melakukan sebuah perilaku. Biasanya manusia akan berperilaku dengan cara yang masuk akal, memikirkan dampak dari tindakannya sebelum memutuskan untuk melakukan perilaku tersebut. Teori ini memberikan suatu kerangka untuk mempelajari sikap seseorang terhadap perilakunya. Perilaku yang nampak dari seseorang ditentukan oleh intensi yang mendasari perilaku tersebut. Intensi ini nantinya akan menunjukkan seberapa besar seseorang memiliki keinginan untuk melakukan suatu hal atau memunculkan perilaku. Model penelitian ini yang dibangun untuk menganalisis pengaruh kepatuhan wajib pajak dan persepsi wajib pajak setelah ada pemberitaan korupsi di media social.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Analisis Model Menggunakan PLS – SEM

Analisis model pada penelitian ini menggunakan metode PLS-SEM. Analisis menggunakan metode PLS-SEM meliputi dua tahapan yaitu yang pertama tahap evaluasi model pengukuran reflektif, dan tahap evaluasi model struktural. Evaluasi model pengukuran reflektif terdiri dari uji validitas dan reliabilitas indikator penelitian. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur hubungan antara variabel dengan indikator penyusunnya, artinya seberapa besar variabel laten mampu mengandung keragaman data yang ada dalam setiap indikator dan seberapa besar keterkaitan hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya. Dalam hal ini ada tiga aspek yang dinilai yaitu *Convergent Validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*. Sedangkan, evaluasi model struktural bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian.

##### 1.1. Penentuan Model dan Hipotesis



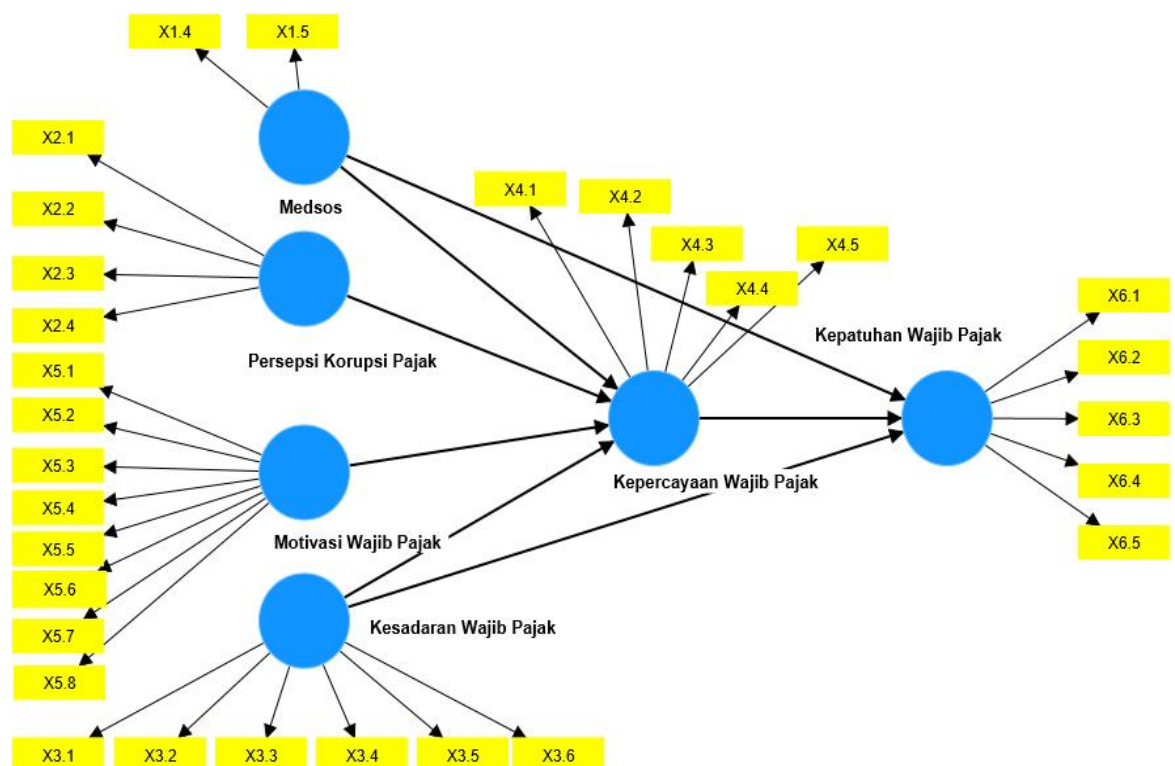
Gambar 1 Model Penelitian

Pada penelitian ini mempunyai beberapa variabel penelitian yang dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu Variabel Independen atau bebas (X) adalah *Media Sosial, Persepsi Korupsi, Motivasi wajib pajak, dan kesadaran wajib pajak*. Sedangkan variabel dependen (Y1,Y2) adalah *kepercayaan wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak*.

Tabel 1 Hipotesis Penelitian

H1	Media sosial berpengaruh pada kepercayaan wajib pajak
H2	Persepsi korupsi berpengaruh positif terhadap kepercayaan wajib pajak
H3	Motivasi wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepercayaan wajib pajak
H4	Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepercayaan wajib pajak
H5	Media sosial berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak
H6	Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak
H7	Kepercayaan wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak

### 1.2. Uji Outer Model



Gambar 2 Model Penelitian PLS Algorithm

Gambar 2 : Model penelitian PLS algoritma menunjukkan model penelitian di implementasi ke dalam PLS algoritma menggunakan pengolah data Smart PLS-SEM.

Berikut ini adalah hasil evaluasi model dari model pengukuran *outer model* atau uji indikator yaitu uji validitas konstruk terdiri atas validitas konvergen dan validitas diskriminan. Pertama validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk berkorelasi tinggi. Validitas konvergen terjadi jika skor yang diperoleh dari dua instrumen yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi yang tinggi. Kriteria penilaian convergent validity adalah nilai *loading factor* 0,50 sampai 0,60 sudah dianggap cukup. Untuk memperoleh nilai loading factor, dilakukan proses pengujian estimasi. Hasil pengujian pertama dengan PLS menghasilkan *outer loading* disajikan pada tabel 2

**Tabel 2 OUTER LOADING HASIL PLS ALGORITHM**

	Kepatuhan Wajib Pajak	Kepercayaan Wajib Pajak	Kesadaran Wajib Pajak	Medsos	Motivasi Wajib Pajak	Persepsi Korupsi Pajak
X1.4				0.903		
X1.5				0.838		
X2.1						0.930
X2.2						0.974
X2.3						0.954
X2.4						0.934
X3.1			0.898			
X3.2			0.902			
X3.3			0.956			
X3.4			0.764			
X3.5			0.827			
X3.6			0.911			
X4.1		0.911				
X4.2		0.891				
X4.3		0.928				
X4.4		0.820				
X4.5		0.911				
X5.1					0.928	
X5.2					0.890	
X5.3					0.818	
X5.4					0.897	
X5.5					0.851	
X5.6					0.938	
X5.7					0.920	
X5.8					0.865	
X6.1	0.934					
X6.2	0.964					
X6.3	0.955					
X6.4	0.667					
X6.5	0.888					

Tabel 2 : Menunjukkan semua indikator dalam penelitian ini memiliki nilai > 0,5 dan validitas konvergen indikator tersebut telah memenuhi syarat untuk dikatakan valid. Kedua, validitas Diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Validitas diskriminan terjadi jika dua instrumen yang berbeda yang mengukur dua konstruk diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan nilai yang memang tidak berkorelasi. Hasil uji validitas diskriminan berdasarkan nilai *cross loading* (tabel 3) terlihat bahwa setiap indikator konstruk memiliki nilai yang tinggi atau mengumpul pada konstruk yang telah ditetapkan. Dari tabel 3 terlihat bahwa tiap variabel memiliki *loading factor* terbesar dibandingkan dengan *loading factor* indikator variabel lainnya.

**Tabel 3 Cross Loading PLS Algorithm**

Kepatuhan Wajib	Kepercayaan Wajib Pajak	Kesadaran Wajib	Medsos	Motivasi Wajib	Persepsi Korupsi Pajak
--------------------	----------------------------	--------------------	--------	-------------------	---------------------------

	Pajak		Pajak		Pajak	
X1.4	0.801	0.694	0.812	0.903	0.713	0.778
X1.5	0.551	0.633	0.658	0.838	0.678	0.616
X2.1	0.726	0.763	0.803	0.714	0.763	0.930
X2.2	0.801	0.845	0.832	0.786	0.826	0.974
X2.3	0.854	0.854	0.871	0.737	0.843	0.954
X2.4	0.844	0.835	0.850	0.826	0.846	0.934
X3.1	0.748	0.713	0.898	0.712	0.766	0.732
X3.2	0.780	0.783	0.902	0.732	0.830	0.805
X3.3	0.834	0.826	0.956	0.851	0.891	0.830
X3.4	0.675	0.599	0.764	0.692	0.663	0.681
X3.5	0.826	0.832	0.827	0.730	0.823	0.794
X3.6	0.849	0.828	0.911	0.763	0.850	0.809
X4.1	0.794	0.911	0.856	0.763	0.868	0.856
X4.2	0.782	0.891	0.808	0.697	0.838	0.805
X4.3	0.812	0.928	0.869	0.725	0.892	0.847
X4.4	0.586	0.820	0.605	0.538	0.761	0.651
X4.5	0.605	0.911	0.742	0.664	0.877	0.705
X5.1	0.651	0.929	0.781	0.646	0.928	0.746
X5.2	0.665	0.922	0.738	0.642	0.890	0.729
X5.3	0.642	0.798	0.676	0.552	0.818	0.635
X5.4	0.849	0.804	0.872	0.712	0.897	0.838
X5.5	0.696	0.767	0.834	0.752	0.851	0.787
X5.6	0.829	0.840	0.903	0.756	0.938	0.811
X5.7	0.799	0.845	0.884	0.827	0.920	0.779
X5.8	0.906	0.827	0.871	0.804	0.865	0.841
X6.1	0.934	0.750	0.864	0.698	0.798	0.842
X6.2	0.964	0.822	0.917	0.815	0.867	0.830
X6.3	0.955	0.821	0.897	0.799	0.861	0.846
X6.4	0.667	0.444	0.489	0.392	0.427	0.434
X6.5	0.888	0.676	0.730	0.718	0.704	0.742

Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi *discriminant validity*. Adapun nilai korelasi variable laten dapat dilihat pada tabel 4. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa pengukur (indikator) yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

**Tabel 4 KORELASI VARIABLE LATEN**

	Kepatuhan Wajib Pajak	Kepercayaan Wajib Pajak	Kesadaran Wajib Pajak	Medsos	Motivasi Wajib Pajak	Persepsi Korupsi Pajak
Kepatuhan Wajib Pajak	0.888					
Kepercayaan Wajib Pajak	0.809	0.893				
Kesadaran Wajib Pajak	0.898	0.876	0.879			
Medsos	0.790	0.764	0.852	0.871		
Motivasi Wajib Pajak	0.846	0.950	0.920	0.798	0.889	
Persepsi Korupsi Pajak	0.852	0.871	0.886	0.809	0.865	0.948

Uji reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. Hasil uji reliabilitas pada tabel 5 menunjukkan bahwa nilai cronbachs alpha lebih dari 0,60 dan nilai composite realibility lebih dari 0,70 untuk seluruh konstruk yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel akan dianggap reliable apabila nilai korelasinya di atas 0,60 (Ghozali 2006). Hasil pengujian outer loadings untuk composite reliability pada tabel 5 menunjukkan bahwa semua composite reliability di atas 0,70 dan cronbachs alpha di atas 0,60 sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel penelitian adalah reliabel.



Berdasarkan hasil analisis pada tabel 5 diperoleh nilai R-square (R<sup>2</sup>) untuk variabel endogen

Kepercayaan wajib pajak (Y1) sebesar 0,914 atau 91,4%, dan R<sup>2</sup> untuk variabel Kepatuhan wajib pajak (Y2) sebesar 0,811 atau 81,1%.

**Tabel 5 OUTPUT PLS ALGORITHM**

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho a)	Composite reliability (rho c)	Average variance extracted (AVE)	R-square	R-square adjusted
Kepatuhan Wajib Pajak	0.930	0.961	0.949	0.789	0.811	0.795
Kepercayaan Wajib Pajak	0.936	0.942	0.952	0.798	0.914	0.904
Kesadaran Wajib Pajak	0.940	0.946	0.953	0.772		
Medsos	0.686	0.711	0.863	0.758		
Motivasi Wajib Pajak	0.962	0.964	0.968	0.791		
Persepsi Korupsi Pajak	0.962	0.964	0.973	0.899		

**Tabel 6 BOOTSTRAPING PLS ALGORITHM**

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
Kepercayaan Wajib Pajak -> Kepatuhan Wajib Pajak	0.088	0.084	0.182	0.482	0.630
Kesadaran Wajib Pajak -> Kepatuhan Wajib Pajak	0.748	0.746	0.190	3.932	0.000
Kesadaran Wajib Pajak -> Kepercayaan Wajib Pajak	-0.109	-0.101	0.170	0.639	0.523
Medsos -> Kepatuhan Wajib Pajak	0.086	0.095	0.118	0.732	0.465
Medsos -> Kepercayaan Wajib Pajak	-0.030	-0.033	0.085	0.351	0.726
Motivasi Wajib Pajak -> Kepercayaan Wajib Pajak	0.859	0.853	0.116	7.374	0.000
Persepsi Korupsi Pajak -> Kepercayaan Wajib Pajak	0.249	0.253	0.146	1.699	0.090

Hasil pengujian Direct Effects (Path coefficients, Mean, STDEV, T-Value) untuk model struktural utama (tanpa moderasi) tampak pada tabel 6. Ditemukan bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap kepercayaan wajib pajak. Hasil pengujian pada tabel 6 menunjukkan nilai t-statistik adalah 0,351 (<1,96), dapat disimpulkan H1 tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Nilai koefisien 1,699 menunjukkan bahwa Persepsi korupsi pajak berpengaruh positif terhadap kepercayaan wajib pajak dan H2 dinyatakan terdukung berdasar hasil pengujian.

Hasil pengujian pada tabel 6 menunjukkan nilai tstatistik H3 adalah 7,374 (>1,96). Nilai koefisien 0,859 menunjukkan bahwa motivasi wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepercayaan wajib pajak, maka dapat disimpulkan bahwa H3 terdukung oleh pengujian.

Hasil pengujian pada tabel 6 menunjukkan nilai tstatistik H4 adalah 0,639 (<1,96), dapat disimpulkan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap Kepercayaan wajib pajak, maka H4 dapat disimpulkan tidak terdukung oleh pengujian. Nilai koefisien 0,732 menunjukkan bahwa media sosial tidak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, maka dapat disimpulkan bahwa H5 ditolak .

Hasil pengujian pada tabel 6 pada H6 menunjukkan nilai tstatistik adalah 3,932 (>1,96), dapat disimpulkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dan Didukung nilai koefisien 0,748 sehingga dapat disimpulkan H6 diterima.

Hasil pengujian pada tabel 6 pada H7 menunjukkan nilai tstatistik adalah 0,482 (<1,96), dapat disimpulkan kepercayaan wajib pajak tidak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak sehingga H7 tertolak.

#### D. PENUTUP

Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari pembahasan yang dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya menunjukkan pengaruh positif maupun negatif pada variabel – variabel yang diteliti, diantaranya :

- Motivasi wajib pajak terhadap kepercayaan wajib pajak memiliki pengaruh begitu signifikan dalam melaksanakan kewajibannya untuk membayar pajak.

- b. Kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak memiliki pengaruh signifikan, sehingga upaya – upaya untuk mengedukasi dan menyadarkan wajib pajak kepada masyarakat sangat perlu untuk dilakukan oleh stake holder terkait.
- c. Persepsi korupsi pajak terhadap kepercayaan wajib pajak juga memiliki pengaruh signifikan, sehingga kredibilitas dan integritas petugas pajak dan pemerintah melalui lembaga perpajakan dipandang penting agar tidak terjadi persepsi negatif pada wajib pajak.

## E. UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan jurnal penelitian ini. Penulisan jurnal penelitian ini dilakukan dalam rangka memenuhi penelitian internal dilingkungan Universitas Madura. Ucapan terimakasih saya haturkan kepada :

1. Dr. Faisal Estu Y., ST.,MT selaku Rektor Universitas Madura
2. Dr. Zef Risal, SE.,MM selaku Dekan Universitas Madura
3. Seluruh Tim LPPM dilingkungan Universitas Madura
4. Seluruh keluarga tercinta yang sudah mendukung untuk menyelesaikan penelitian ini.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdillah, W. Metode Penelitian Terpadu Sistem Informasi. In *Pemodelan Teoritis, Pengukuran dan Pengujian Statistis* (p. 334). Yogyakarta: ANDI. 2018
- [2] Rahayu, Siti Kurnia. *Perpajakan: Konsep Sistem dan Implementasi*. Jakarta: Rekayasa Sains. 2020
- [3] Khairunnisa, P., et al. Tindakan Korupsi Oknum Ditjen Pajak mempengaruhi Persepsi Wajib pajak Atas Pemungutan Pajak (2022) *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(7), 1179–1194. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i7.139>
- [4] Widya, et al. Pengaruh Persepsi Korupsi Pajak Dan Kualitas pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak Orang Pribadi. (2022) *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 41–54. <https://doi.org/10.35912/rambis.v2i1.1047>
- [5] Stefanie, et al. Pengaruh motivasi Wajib Pajak Dan Persepsi Korupsi Terhadap kepatuhan wajib pajak Dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel intervening. (2020) *Jurnal Akuntansi*, 9(2), 112–132. <https://doi.org/10.46806/ja.v9i2.764>
- [6] Moh Aminollah Hamzah, Analisis Penggunaan Sistem Informasi Kai Access Dengan Model Utaut Pada Pt. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop VI Yogyakarta, (2019), *NJCA (Nusantara Journal of Computers and Its Applicaton)*, Vol 4 No.1 <https://journal.csnu.or.id/index.php/njca/article/view/98>
- [7] Mukoffi., et al. Korupsi pajak dan keadilan perpajakan pada kepatuhan wajib pajak (studi kasus pada kantor pelayanan pajak (KPP) Batu. (2022) *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(1), 85-94. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i1.1733>
- [8] Michaelia J., et al. Faktor-FAktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi di kota Tangerang. (2022) *Trisakti School of Management*.
- [9] Ambarwati, P., et al. Analisis Persepsi Dan Kesadaran Masyarakat Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Kota Palembang. (2022) *Surplus: Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(2), 67–79. <https://doi.org/10.35449/surplus.v1i2.508> .
- [10] Okvi Diani., et al. Efektifitas pengguna media social dalam transparansi perpajakan sebagai upaya peningkatan kepercayaan public studi kasus wajib pajak KPP pratama Cibitung). (2022). *Jurnal ilmu administrasi public*, vol 2 no.4, <https://doi.org/10.31334/jiap.v2i4.2951>
- [11] Dewi kusuma., et al. Pengaruh pengetahuan korupsi terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM dengan patriotisme sebagai variable moderasi (studi kasus pada UMKM di Kabupaten



- Bantul).(2022).Journal of innovation research and knowledge.  
<https://www.bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/1919>
- [12] Sumarta Rian,. Pengaruh Kesadaran Membayar Pajak Dan Faktor Lainnya TerhadapKepatuhanWajibPajak.(2023).Trisakti School of Management,  
<https://www.neliti.com/publications/559502/>
- [13] Zaikin,.et al,. Pengaruh kepatuhan waji pajak dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan kesadaran wajib pajak sebagai variable intervening.(2023). Owner : Riset Dan Jurnal Akuntansi, 7(1), 57-76. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1346>
- [14] Balqis,.et al. Pengaruh kesadaran pajak, subjective norm dan media social terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna media social. (2020).  
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNU/article/view/7708>
- [15] <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230223135256-4-416378/dampak-kasus-rubicon-anak-pns-djp-orang-bisa-tak-patuh-pajak> (2023)
- [16] <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/03/02/kasus-rafael-dapat-berimbas-kepada-penurunan-kepatuhan-masyarakat-bayar-pajak> (2023)
- [17] <https://www.pajakku.com/read/5ef420d7f2d4d8683c985ae8/Peranan-Media-Sosial-Dalam-Meningkatkan-Kesadaran-Pajak> (2020)