EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi
Vol.6, No.1, November 2026

Pengaruh Penerapan Sistem E-Filing Dan Digitalisasi Layanan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pajak UMKM Melalui Sosialisasi Perpajakan Berbasis Tiktok Di Kota Medan

Vebry M Lumban Gaol[1], Christnova Hasugian[2], Herti Diana Hutapea[3], Mangasa Sinurat[4], Virdo Natasya Br. Manalu[5]
[1,2,3,4,5]Universitas HKBP Nommensen, Medan
E-mail: vebry.lumbangaol@uhn.ac.id[1], christnova.hasugian@uhn.ac.id[2], herti.hutapea@uhn.ac.id[3] , mangasa.sinurat@gmail.com[4],virdo.manalu@student.uhn.ac.id[5]

Article History:
Received: 04 September 2026
Revised: 22 Oktober 2026
Accepted: 10 November 2026

Keywords: *e-Filing; digitalisasi layanan perpajakan; sosialisasi perpajakan; TikTok; kepatuhan pajak UMKM; PLS-SEM.*

Abstract: *Digitalisasi administrasi perpajakan kini menjadi salah satu strategi utama untuk mendorong kepatuhan wajib pajak di Indonesia. Namun demikian, temuan dari penelitian-penelitian terdahulu tentang sistem e-Filing dan layanan perpajakan digital belum konsisten. Studi ini mengkaji pengaruh sistem e-Filing dan layanan perpajakan digital terhadap kepatuhan pajak UMKM, dengan sosialisasi perpajakan berbasis TikTok sebagai variabel mediasi. Survei kuantitatif dilakukan terhadap 120 wajib pajak UMKM di Kota Medan melalui teknik purposive sampling; data kemudian dianalisis menggunakan metode PLS-SEM dengan bantuan SmartPLS 4. Sistem e-Filing ternyata tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepatuhan pajak, sedangkan layanan perpajakan digital berpengaruh positif. Sosialisasi berbasis TikTok memediasi penuh pengaruh e-Filing terhadap kepatuhan pajak, dan memediasi sebagian pengaruh layanan perpajakan digital terhadap kepatuhan pajak. Temuan ini menegaskan bahwa strategi komunikasi digital perlu menjadi bagian dari digitalisasi perpajakan agar kepatuhan sukarela di kalangan UMKM dapat lebih ditingkatkan.*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi agenda strategis pemerintah Indonesia dalam meningkatkan kualitas tata kelola administrasi perpajakan. Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) terus melakukan modernisasi administrasi perpajakan melalui pengembangan berbagai layanan berbasis elektronik, seperti e-Registration, e-Billing, e-Filing, e-Form, e-Bupot, serta implementasi Coretax Administration System. Transformasi tersebut merupakan bagian dari reformasi perpajakan yang bertujuan menciptakan sistem administrasi yang lebih sederhana, efisien, transparan, dan akuntabel sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada wajib pajak sekaligus memperkuat penerimaan negara.

Sistem e-filing memungkinkan proses validasi data dilakukan secara otomatis serta memberikan pemberitahuan secara langsung (real-time) mengenai status pelaporan pajak yang telah disampaikan (Wijaya, 2019). Di samping itu, implementasi e-filing menunjukkan komitmen pemerintah dalam mendukung reformasi birokrasi melalui penyediaan layanan publik yang memanfaatkan teknologi informasi (Firdaus & Pratolo, 2020). Kehadiran sistem ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kemudahan dalam pelaporan pajak, tetapi juga mampu memperkuat kesadaran serta kepercayaan wajib pajak terhadap sistem perpajakan di Indonesia (Ramadhan & Binawati, 2020).

Meskipun demikian, keberhasilan penerapan e-filing tidak semata-mata ditentukan oleh kecanggihan teknologi yang digunakan, tetapi juga dipengaruhi oleh kesiapan serta tingkat pemahaman wajib pajak sebagai pengguna utama sistem tersebut (T. I. A. L. A. Dewi et al., 2022; A. A. Putra & Marsono, 2020). Perbedaan tingkat literasi digital di kalangan masyarakat, ditambah dengan belum meratanya akses internet di berbagai wilayah, masih menjadi kendala dalam implementasi e-filing (Panjaitan & Handayani, 2023). Oleh karena itu, pemerintah dihadapkan pada tantangan untuk memastikan bahwa sistem e-filing tidak hanya tersedia dari sisi teknis, tetapi juga dapat diakses dan dimanfaatkan secara optimal oleh seluruh lapisan masyarakat. Dengan demikian, perlu dilakukan kajian yang lebih mendalam mengenai pengaruh penerapan sistem e-filing terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak, khususnya pada wilayah perkotaan seperti Kota Medan (Siahaan et al. 2024)

Secara konseptual, digitalisasi administrasi perpajakan memberikan berbagai keuntungan bagi wajib pajak. Pemanfaatan teknologi informasi mampu mengurangi biaya kepatuhan (*compliance cost*), mempercepat proses administrasi, meningkatkan akurasi data, serta memberikan kemudahan dalam pelaporan dan pembayaran pajak (OECD, 2022). Dalam perspektif Technology Acceptance Model (TAM), teknologi yang dipersepsikan mudah digunakan (*perceived ease of use*) dan memberikan manfaat (*perceived usefulness*) akan meningkatkan penerimaan pengguna terhadap sistem tersebut (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2003). Oleh karena itu, implementasi layanan perpajakan digital diharapkan mampu mendorong peningkatan kepatuhan wajib pajak secara sukarela (*voluntary tax compliance*).

Salah satu kelompok wajib pajak yang menjadi perhatian dalam reformasi administrasi perpajakan adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sektor UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena memberikan kontribusi besar terhadap produk domestik bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, dan pertumbuhan ekonomi nasional. Di sisi lain, sektor ini juga memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan penerimaan pajak. Namun demikian, berbagai penelitian dan laporan pemerintah menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan perpajakan pelaku UMKM masih relatif rendah dibandingkan dengan potensi ekonominya. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain rendahnya literasi perpajakan, keterbatasan pemahaman terhadap regulasi, rendahnya kemampuan memanfaatkan teknologi digital, serta kurang optimalnya penyampaian informasi perpajakan kepada pelaku UMKM (Kirchler, 2007; OECD, 2024).

Kota Medan merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi terbesar di Indonesia bagian barat dengan jumlah pelaku UMKM yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Pertumbuhan tersebut memberikan peluang yang besar bagi peningkatan penerimaan perpajakan. Akan tetapi, peningkatan jumlah pelaku UMKM belum sepenuhnya diikuti oleh meningkatnya kepatuhan perpajakan. Dalam praktiknya, masih ditemukan pelaku UMKM yang terlambat melaporkan Surat Pemberitahuan (SPT), belum memanfaatkan layanan perpajakan digital secara optimal, atau masih bergantung pada bantuan konsultan maupun pihak lain dalam memenuhi

kewajiban administrasi perpajakan. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa penyediaan teknologi digital belum tentu mampu mengubah perilaku kepatuhan wajib pajak secara langsung.

Kondisi tersebut menjadi menarik untuk dikaji karena secara teoritis penerapan sistem e-Filing seharusnya mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui kemudahan penggunaan sistem. Namun dalam praktiknya, hasil penelitian terdahulu justru menunjukkan temuan yang belum konsisten. Beberapa penelitian melaporkan bahwa implementasi e-Filing memberikan pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak karena meningkatkan efisiensi administrasi dan mengurangi biaya kepatuhan. Sebaliknya, penelitian lain menunjukkan bahwa pengaruh e-Filing menjadi tidak signifikan apabila wajib pajak belum memiliki literasi digital yang memadai atau belum memahami prosedur penggunaan sistem secara baik T. I. A. L. A. Dewi et al., 2022; A. A. Putra & Marsono, 2020). Inkonsistensi tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antara penerapan e-Filing dan kepatuhan kemungkinan tidak terjadi secara langsung, tetapi dipengaruhi oleh mekanisme lain yang belum banyak dieksplorasi dalam penelitian sebelumnya.

Inkonsistensi serupa juga ditemukan pada penelitian mengenai digitalisasi layanan perpajakan. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi administrasi perpajakan mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui penyederhanaan proses administrasi dan peningkatan kualitas pelayanan publik. Namun demikian, penelitian lain menemukan bahwa keberhasilan digitalisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan wajib pajak dalam mengakses informasi, memahami perubahan sistem, dan memperoleh pendampingan yang memadai. Dengan demikian, digitalisasi layanan perpajakan tidak dapat dipandang hanya sebagai perubahan teknologi, tetapi juga sebagai proses perubahan perilaku yang membutuhkan komunikasi dan edukasi secara berkelanjutan.

Dari perspektif teoritis, Technology Acceptance Model (TAM) lebih menekankan pada penerimaan pengguna terhadap teknologi melalui persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi (Davis, 1989). Meskipun demikian, TAM belum sepenuhnya menjelaskan bagaimana penerimaan teknologi dapat berkembang menjadi perilaku kepatuhan. Sebaliknya, Theory of Planned Behavior (TPB) menjelaskan bahwa perubahan perilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Dalam konteks perpajakan, perubahan perilaku kepatuhan tidak hanya membutuhkan teknologi yang mudah digunakan, tetapi juga memerlukan peningkatan pemahaman, pembentukan sikap positif, dan penguatan norma sosial melalui proses komunikasi yang efektif. Dengan kata lain, keberhasilan transformasi digital perpajakan sangat bergantung pada efektivitas strategi edukasi yang dilakukan oleh otoritas perpajakan.

Perkembangan media sosial memberikan peluang baru dalam penyelenggaraan sosialisasi perpajakan. Salah satu platform yang mengalami pertumbuhan pengguna paling pesat di Indonesia adalah TikTok. Berbeda dengan media komunikasi konvensional, TikTok memungkinkan penyampaian informasi dalam bentuk video singkat yang lebih menarik, mudah dipahami, serta memiliki tingkat interaksi yang tinggi. Karakteristik tersebut menjadikan TikTok sebagai media yang potensial untuk menyampaikan edukasi perpajakan kepada pelaku UMKM yang sebagian besar merupakan pengguna aktif media sosial. Dalam konteks komunikasi digital, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran informasi, tetapi juga mampu membentuk persepsi, meningkatkan pengetahuan, dan memengaruhi perilaku pengguna melalui konten yang komunikatif dan mudah dipahami (Omar & Dequan, 2020; Zulli & Zulli, 2022).

Meskipun demikian, kajian mengenai pemanfaatan TikTok sebagai media sosialisasi perpajakan masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya menguji pengaruh langsung e-Filing, digitalisasi layanan perpajakan, atau sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan

wajib pajak. Penelitian yang mengintegrasikan sosialisasi perpajakan berbasis TikTok sebagai mekanisme mediasi dalam hubungan antara digitalisasi administrasi perpajakan dan kepatuhan wajib pajak, khususnya pada sektor UMKM, masih jarang ditemukan. Dengan demikian, terdapat research gap baik dari sisi variabel, mekanisme hubungan antarvariabel, maupun konteks penelitian.

Berangkat dari fenomena empiris, inkonsistensi hasil penelitian, dan kesenjangan teoritis tersebut, penelitian ini menawarkan model konseptual yang menempatkan Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara penerapan sistem e-Filing, digitalisasi layanan perpajakan, dan kepatuhan pajak UMKM. Model ini dibangun atas dasar bahwa transformasi digital tidak secara otomatis meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Efektivitas digitalisasi akan lebih optimal apabila diikuti oleh strategi komunikasi yang mampu meningkatkan literasi perpajakan, membentuk persepsi positif terhadap teknologi, serta mendorong perubahan perilaku wajib pajak.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerapan sistem e-Filing dan digitalisasi layanan perpajakan terhadap kepatuhan pajak UMKM, menguji pengaruh kedua variabel tersebut terhadap sosialisasi perpajakan berbasis TikTok, serta menganalisis peran mediasi sosialisasi perpajakan berbasis TikTok dalam hubungan antara transformasi digital perpajakan dan kepatuhan pajak UMKM di Kota Medan. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior dalam konteks administrasi perpajakan digital, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi Direktorat Jenderal Pajak dalam merancang strategi sosialisasi perpajakan berbasis media sosial yang lebih efektif bagi pelaku UMKM

LANDASAN TEORI

Theory of Planned Behavior (TPB)

TPB dikembangkan oleh Ajzen (1991) sebagai penyempurnaan dari Theory of Reasoned Action Fishbein dan Ajzen. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku dibentuk oleh niat (behavioral intention), yang pada gilirannya dipengaruhi tiga konstruk: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks perpajakan, kepatuhan wajib pajak tidak semata ditentukan oleh regulasi, melainkan juga oleh sikap terhadap kewajiban pajak, dukungan lingkungan sosial, dan keyakinan diri dalam memenuhi kewajiban administratif (Bobek & Hatfield, 2003).

Penelitian ini menggunakan TPB untuk menjelaskan bagaimana sosialisasi perpajakan berbasis TikTok membentuk sikap positif, memperkuat pemahaman, dan meningkatkan persepsi kontrol perilaku pelaku UMKM. Temuan menunjukkan variabel ini memberi pengaruh terbesar terhadap kepatuhan pajak mendukung argumen TPB bahwa perubahan perilaku memerlukan komunikasi yang membangun pengetahuan dan niat, bukan sekadar penyediaan sarana teknis.

Technology Acceptance Model (TAM)

TAM diperkenalkan Davis (1989) untuk menjelaskan penerimaan teknologi melalui dua konstruk: persepsi kegunaan (perceived usefulness) dan persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use). Model ini kemudian diperluas menjadi TAM2 (Venkatesh & Davis, 2000) dan UTAUT, yang menambahkan pengaruh sosial dan kondisi pendukung (Venkatesh et al., 2003). Dalam administrasi perpajakan, TAM lazim dipakai untuk menjelaskan penerimaan wajib pajak terhadap e-Filing, e-Billing, dan layanan digital lainnya.

Namun, penelitian ini menemukan bahwa sistem e-Filing tidak berpengaruh langsung terhadap kepatuhan pajak UMKM, meski berpengaruh terhadap efektivitas sosialisasi berbasis

TikTok. Artinya, penerimaan teknologi saja belum cukup mengubah perilaku kepatuhan tanpa disertai literasi pajak dan komunikasi yang efektif. Temuan ini menjadi dasar untuk memperluas TAM dengan memasukkan sosialisasi TikTok sebagai penghubung antara penggunaan teknologi dan kepatuhan.

Digitalisasi Layanan Perpajakan

Digitalisasi layanan perpajakan adalah transformasi administrasi pajak dari sistem konvensional ke sistem berbasis teknologi informasi, mencakup e-Filing, e-Billing, e-Registration, e-Form, e-Bupot, dan Coretax Administration System. OECD (2024) mencatat bahwa transformasi ini menurunkan biaya kepatuhan, meningkatkan akurasi data, dan mempercepat penyampaian informasi menjadikannya strategi kunci mendorong kepatuhan sukarela.

Dalam penelitian ini, digitalisasi layanan perpajakan terbukti berpengaruh langsung terhadap kepatuhan pajak UMKM sekaligus memperkuat efektivitas sosialisasi berbasis TikTok.

Sistem E-Filing

E-Filing adalah layanan pelaporan SPT elektronik dari Direktorat Jenderal Pajak, dirancang untuk mempercepat proses administrasi, mengurangi dokumen fisik, dan meningkatkan efisiensi pelayanan (DJP, 2024b). Dalam kerangka TAM, penggunaannya dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan.

Meski demikian, penelitian ini menunjukkan e-Filing tidak secara langsung meningkatkan kepatuhan pajak UMKM—mengindikasikan bahwa ketersediaan sistem elektronik saja belum cukup mengubah perilaku tanpa disertai literasi digital dan sosialisasi yang efektif.

Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok

Sosialisasi perpajakan adalah proses penyampaian informasi dan edukasi mengenai hak serta kewajiban pajak. Seiring digitalisasi, metode sosialisasi bergeser dari cara konvensional ke media digital yang lebih interaktif. TikTok, sebagai platform dengan pertumbuhan pengguna tertinggi di Indonesia, mengandalkan video singkat, visual menarik, dan algoritma personalisasi yang membuatnya efektif sebagai saluran informasi publik (Omar & Dequan, 2020; Zulli & Zulli, 2022).

Penelitian ini memposisikan sosialisasi berbasis TikTok sebagai variabel mediasi antara transformasi digital perpajakan dan kepatuhan pajak UMKM. Hasilnya, variabel ini memberi pengaruh terbesar terhadap kepatuhan, menegaskan peran komunikasi digital dalam keberhasilan reformasi administrasi perpajakan.

Kepatuhan Pajak UMKM

Kepatuhan pajak adalah tingkat kesediaan wajib pajak memenuhi kewajiban sesuai ketentuan, mencakup kepatuhan formal (ketepatan waktu pelaporan SPT) dan kepatuhan material (pembayaran sesuai ketentuan) (Kirchler, 2007). Dalam sistem self-assessment di Indonesia, kepatuhan wajib pajak menjadi penentu utama keberhasilan penerimaan negara, sehingga peningkatannya memerlukan kombinasi penegakan hukum, kualitas pelayanan, digitalisasi administrasi, dan sosialisasi yang efektif.

Dalam penelitian ini, kepatuhan pajak UMKM diukur melalui ketepatan waktu pelaporan SPT, ketepatan pembayaran, kebenaran pengisian dokumen, kepatuhan terhadap ketentuan perpajakan, dan kesediaan memenuhi kewajiban secara sukarela.

METODE PENELITIAN

Model penelitian

Model penelitian ini terdiri atas dua variabel eksogen penerapan sistem e-Filing (X_1) dan

digitalisasi layanan perpajakan (X_2) satu variabel mediasi berupa sosialisasi perpajakan berbasis TikTok (Z), dan satu variabel endogen berupa kepatuhan wajib pajak UMKM (Y). Model ini menguji pengaruh langsung X_1 dan X_2 terhadap Y, serta pengaruh tidak langsung keduanya melalui sosialisasi perpajakan berbasis TikTok (Z)

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian mencakup pelaku UMKM di Kota Medan yang memiliki NPWP dan pernah mengakses layanan perpajakan digital, khususnya e-Filing. Sampel ditentukan melalui purposive sampling (Sekaran & Bougie, 2020) dengan kriteria: berdomisili di Kota Medan, memiliki NPWP, pernah menggunakan e-Filing, mengenal atau pernah menggunakan layanan perpajakan digital, serta pernah memperoleh informasi perpajakan lewat media sosial khususnya TikTok.

Penelitian ini melibatkan 120 responden. Jumlah tersebut memadai untuk PLS-SEM, yang dikenal mampu memberikan estimasi stabil meski pada sampel relatif kecil. Hair et al. (2022) menyarankan penentuan ukuran sampel lewat 10-times rule atau analisis statistical power, sementara Hair et al. (2019) menyebut kisaran 100-200 responden sudah cukup untuk model dengan kompleksitas sedang, terutama bila tujuannya pengembangan teori dan prediksi. Dengan 120 responden, penelitian ini memenuhi syarat minimum untuk mengestimasi hubungan antarvariabel laten, menguji model mediasi, dan menghasilkan estimasi parameter yang reliabel melalui bootstrapping pada SmartPLS 4.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

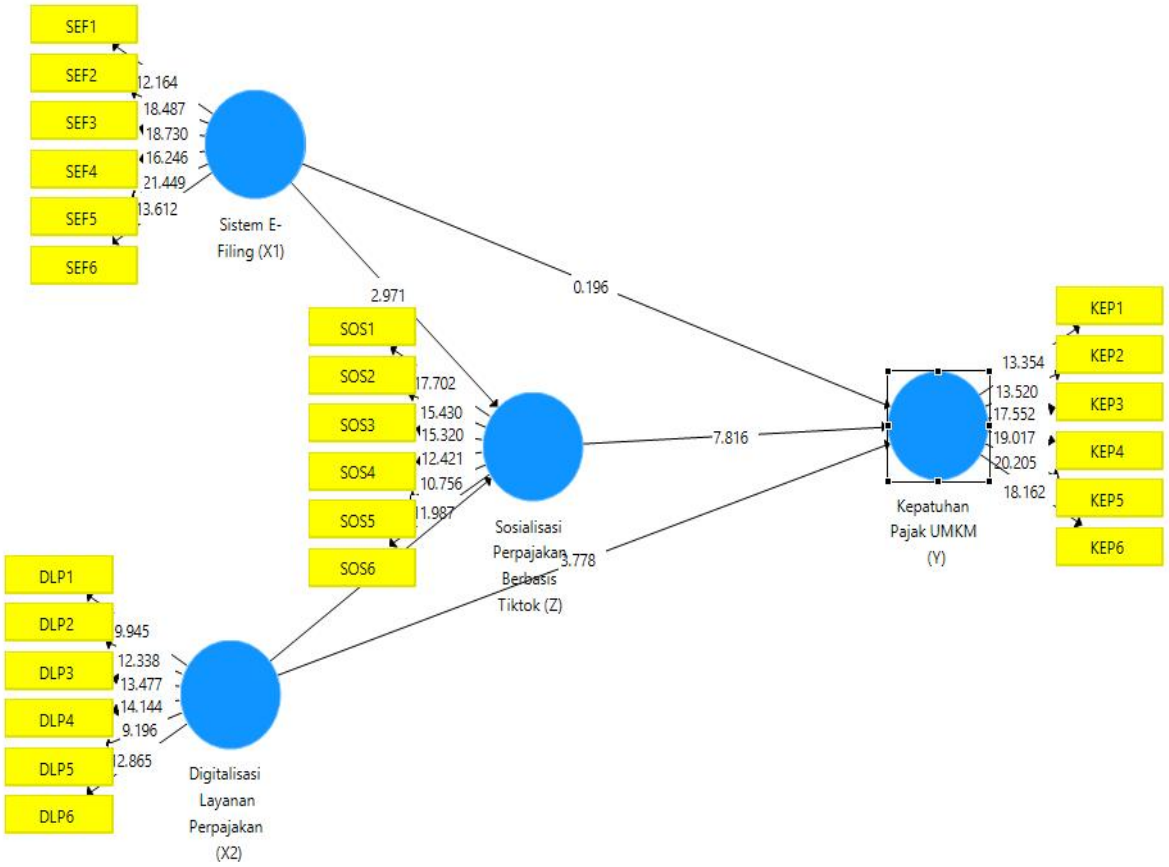
Tabel 1. Karakteristik Responden

Kategori	Deskripsi	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	68	56,7
	Perempuan	52	43,3
Usia	< 30 tahun	24	20,0
	30–40 tahun	46	38,3
	41–50 tahun	34	28,3
	> 50 tahun	16	13,4
Jenis Usaha	Perdagangan	42	35,0
	Kuliner	30	25,0
	Jasa	26	21,7
	Manufaktur/Kerajinan	14	11,7
	Lainnya	8	6,6
Lama Usaha	< 3 tahun	18	15,0
	3–5 tahun	36	30,0
	6–10 tahun	42	35,0
	> 10 tahun	24	20,0
Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	32	26,7
	Diploma	18	15,0
	Sarjana (S1)	60	50,0
	Pascasarjana (S2)	10	8,3

Sumber: Data primer diolah (2026).

Tabel 4.1 menyajikan profil 120 responden penelitian, yaitu pelaku UMKM di Kota Medan. Dari

sisi jenis kelamin, responden laki-laki berjumlah 68 orang (56,7%) dan perempuan 52 orang (43,3%), menunjukkan dominasi laki-laki meski keterlibatan perempuan tetap cukup signifikan.
Berdasarkan usia, kelompok 30-40 tahun paling banyak (46 orang, 38,3%), disusul 41-50 tahun (34 orang, 28,3%), di bawah 30 tahun (24 orang, 20,0%), dan di atas 50 tahun (16 orang, 13,4%). Mayoritas responden berada pada usia produktif, yang umumnya lebih terbuka terhadap penggunaan teknologi digital dalam administrasi perpajakan.
Dari jenis usaha, sektor perdagangan mendominasi (42 orang, 35,0%), diikuti kuliner (30 orang, 25,0%), jasa (26 orang, 21,7%), manufaktur/kerajinan (14 orang, 11,7%), dan sektor lain (8 orang, 6,6%)—sejalan dengan karakteristik UMKM Kota Medan yang memang didominasi perdagangan dan kuliner.
Lama usaha berkisar 6-10 tahun untuk mayoritas responden (42 orang, 35,0%), diikuti 3-5 tahun (36 orang, 30,0%), lebih dari 10 tahun (24 orang, 20,0%), dan kurang dari 3 tahun (18 orang, 15,0%). Rentang ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden sudah cukup berpengalaman mengelola usaha, termasuk memenuhi kewajiban pajak.
Tingkat pendidikan responden didominasi lulusan S1 (60 orang, 50,0%), diikuti SMA/SMK (32 orang, 26,7%), Diploma (18 orang, 15,0%), dan S2 (10 orang, 8,3%). Tingkat pendidikan yang relatif tinggi ini diperkirakan turut mendukung pemahaman responden terhadap e-Filing, layanan perpajakan digital, dan informasi pajak yang disebarkan lewat TikTok.



Gambar 1. Hasil pengukuran antar dimensi berdasarkan nilai *loading factor*

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran (*outer model*) dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk penelitian. Pengujian meliputi convergent validity, construct reliability, dan discriminant validity. Analisis dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS 4.

Convergent validity dievaluasi berdasarkan nilai outer loading dan Average Variance Extracted (AVE). Menurut Hair et al. (2022), indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai *outer loading* ≥ 0,70 dan nilai AVE ≥ 0,50.

Tabel 2 Convergent Validity dan Reliabilitas Konstruk

Konstruk	Item	Outer Loading	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
Sistem E-Filing (X1)	SEF1	0,732	0,888	0,914	0,639
	SEF2	0,785			
	SEF3	0,815			
	SEF4	0,818			
	SEF5	0,846			
	SEF6	0,794			
Digitalisasi Layanan Perpajakan (X2)	DLP1	0,736	0,856	0,893	0,582
	DLP2	0,762			
	DLP3	0,738			
	DLP4	0,795			
	DLP5	0,759			
	DLP6	0,786			
Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok (Z)	SOS1	0,798	0,868	0,901	0,603
	SOS2	0,804			
	SOS3	0,766			
	SOS4	0,771			
	SOS5	0,769			
	SOS6	0,748			
Kepatuhan Pajak UMKM (Y)	KEP1	0,785	0,876	0,906	0,617
	KEP2	0,756			
	KEP3	0,775			
	KEP4	0,816			
	KEP5	0,791			
	KEP6	0,787			

Sumber: Output SmartPLS 4 (2026)

Berdasarkan Tabel 2 hasil pengujian outer model menggunakan SmartPLS 4, seluruh konstruk dalam penelitian telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan reliabilitas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai outer loading seluruh indikator yang berada di atas 0,70, sehingga setiap indikator dinyatakan valid dalam mengukur konstruknya. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha pada setiap variabel berada pada rentang 0,856–0,888, Composite Reliability sebesar 0,893–0,914, dan

AVE sebesar 0,582–0,639. Seluruh nilai tersebut telah memenuhi kriteria yang disarankan oleh Hair et al. (2022), yaitu Cronbach's Alpha dan Composite Reliability > 0,70 serta AVE > 0,50. Dengan demikian, seluruh variabel penelitian dinyatakan valid dan reliabel, sehingga layak digunakan untuk analisis pada model struktural (inner model).

Pengujian Hipotesis (Inner Model)

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik bootstrapping pada SmartPLS 4. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai t-statistic > 1,96 dan p-value < 0,05 pada tingkat signifikansi 5% (Hair et al., 2022).

Tabel 3 Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Antar Variabel	β (Original Sample)	t-statistic	p-value	Keputusan
H1	Sistem E-Filing (X1) → Kepatuhan Pajak UMKM (Y)	-0,017	0,196	0,845	Ditolak
H2	Digitalisasi Layanan Perpajakan (X2) → Kepatuhan Pajak UMKM (Y)	0,340	3,778	0,000	Diterima
H3	Sistem E-Filing (X1) → Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok (Z)	0,370	2,971	0,003	Diterima
H4	Digitalisasi Layanan Perpajakan (X2) → Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok (Z)	0,461	4,122	0,000	Diterima
H5	Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok (Z) → Kepatuhan Pajak UMKM (Y)	0,579	7,816	0,000	Diterima

Sumber: Output SmartPLS 4 (2026)

Berdasarkan Tabel 3, dari lima hipotesis yang diajukan terdapat empat hipotesis diterima dan satu hipotesis ditolak.

Hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa Sistem E-Filing berpengaruh terhadap Kepatuhan Pajak UMKM tidak terbukti secara empiris. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar --0,017, nilai t-statistic sebesar 0,196 (<1,96), dan p-value sebesar 0,845 (>0,05). Dengan demikian, penerapan sistem e-Filing tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM di Kota Medan.

Sebaliknya, hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa Digitalisasi Layanan Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Pajak UMKM. Nilai koefisien jalur sebesar 0,340, dengan t-statistic sebesar 3,778 dan p-value sebesar 0,000, menunjukkan bahwa semakin baik implementasi digitalisasi layanan perpajakan, semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM.

Hipotesis ketiga (H3) yang menguji pengaruh Sistem E-Filing terhadap Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok memperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,370, nilai t-statistic sebesar 2,971, dan p-value sebesar 0,003. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penerapan sistem e-Filing berpengaruh positif terhadap sosialisasi perpajakan berbasis TikTok.

Hipotesis keempat (H4) menunjukkan bahwa Digitalisasi Layanan Perpajakan berpengaruh positif terhadap Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,461, nilai t-statistic sebesar 4,122, dan p-value sebesar 0,000. Dengan demikian, semakin baik

digitalisasi layanan perpajakan, semakin efektif sosialisasi perpajakan melalui media TikTok.

Selanjutnya, hipotesis kelima (H5) menunjukkan bahwa Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Pajak UMKM, dengan koefisien jalur sebesar 0,579, nilai t-statistic sebesar 7,816, dan p-value sebesar 0,000. Nilai tersebut merupakan yang terbesar di antara seluruh hubungan langsung dalam model penelitian, sehingga menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berbasis TikTok merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kepatuhan pajak UMKM.

Pengujian Efek Mediasi

Pengujian efek mediasi dilakukan untuk mengetahui apakah Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok mampu memediasi hubungan antara Sistem E-Filing dan Digitalisasi Layanan Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak UMKM.

Tabel 4.6 Hasil Pengujian Efek Mediasi

Hipotesis	Jalur Mediasi	β	t-statistic	p-value	Keputusan
H6	Sistem E-Filing → Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok → Kepatuhan Pajak UMKM	0,214	2,983	0,003	Diterima
H7	Digitalisasi Layanan Perpajakan → Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok → Kepatuhan Pajak UMKM	0,267	3,358	0,001	Diterima

Sumber: Output SmartPLS 4 (2026)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok mampu memediasi hubungan antara Sistem E-Filing dan Kepatuhan Pajak UMKM, dengan nilai koefisien tidak langsung sebesar 0,214, nilai t-statistic sebesar 2,983, dan p-value sebesar 0,003. Dengan demikian, H6 diterima.. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun penerapan sistem e-Filing tidak berpengaruh langsung terhadap kepatuhan pajak UMKM, sistem tersebut dapat meningkatkan kepatuhan apabila didukung oleh sosialisasi perpajakan berbasis TikTok. Dengan kata lain, sosialisasi melalui TikTok berperan sebagai mediator penuh (full mediation), karena pengaruh langsung e-Filing terhadap kepatuhan tidak signifikan, sedangkan pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi signifikan. Selanjutnya, hasil pengujian menunjukkan bahwa Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok juga memediasi pengaruh Digitalisasi Layanan Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak UMKM, dengan koefisien tidak langsung sebesar 0,267, nilai t-statistic sebesar 3,358, dan p-value sebesar 0,001.

Oleh karena itu, H7 diterima. Karena pengaruh langsung Digitalisasi Layanan Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak UMKM signifikan (H2 diterima), dan pengaruh tidak langsung melalui Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok juga signifikan, maka jenis mediasi yang terjadi adalah mediasi parsial (partial mediation).

PEMBAHASAN

Pengaruh Sistem E-Filing terhadap Kepatuhan Pajak UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sistem E-Filing tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Pajak UMKM, sehingga hipotesis pertama (H1) ditolak. Nilai koefisien jalur sebesar 0,017, nilai t-statistic sebesar 0,196, dan p-value sebesar 0,845 menunjukkan bahwa penerapan sistem e-Filing belum mampu meningkatkan kepatuhan pajak pelaku UMKM di Kota Medan secara langsung.

Secara teoritis, temuan ini tidak sepenuhnya sejalan dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). TAM menjelaskan bahwa persepsi terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan manfaat (*perceived usefulness*) akan meningkatkan penerimaan terhadap teknologi, yang selanjutnya diharapkan memengaruhi perilaku pengguna. Dalam konteks perpajakan, e-Filing memang dirancang untuk mempermudah penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT), mengurangi biaya kepatuhan, dan meningkatkan efisiensi administrasi. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan sistem belum secara otomatis mengubah perilaku kepatuhan wajib pajak.

Temuan ini juga dapat dijelaskan melalui Theory of Planned Behavior (TPB) (Ajzen, 1991). Menurut teori ini, perilaku kepatuhan tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan teknologi, tetapi juga oleh sikap terhadap pajak, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dengan kata lain, meskipun wajib pajak telah menggunakan e-Filing, kepatuhan belum tentu meningkat apabila belum terbentuk kesadaran dan motivasi internal untuk memenuhi kewajiban perpajakan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian (Panjaitan & Handayani, 2023). yang menemukan bahwa digital taxation dan penerapan TAM tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan pemahaman internet justru menjadi faktor yang memperkuat hubungan tersebut. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan wajib pajak dalam memahami teknologi yang digunakan.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan Vieri Delvechio et al., (2024) yang menyatakan bahwa sistem e-tax tidak selalu mampu meningkatkan perilaku kepatuhan apabila pengguna belum merasa puas atau belum memperoleh manfaat nyata dari sistem yang digunakan. Penelitian tersebut menekankan bahwa wajib pajak tidak hanya mempertimbangkan kemudahan teknologi, tetapi juga kualitas pelayanan, kepercayaan terhadap pemerintah, dan persepsi keadilan sistem perpajakan.

Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Pribadi et al., (2023), yang menemukan bahwa penerapan e-Filing berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak karena meningkatkan kemudahan pelaporan serta memperkuat kepercayaan wajib pajak terhadap pemerintah. Demikian pula penelitian Suherman & Ramadhan (2025) menunjukkan bahwa efektivitas dan efisiensi e-Filing mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui penyederhanaan proses administrasi.

Perbedaan hasil tersebut diduga dipengaruhi oleh karakteristik responden penelitian. Responden dalam penelitian ini merupakan pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi digital dan pengalaman penggunaan teknologi yang beragam. Sebagian pelaku UMKM masih mengandalkan bantuan pihak lain dalam memenuhi kewajiban perpajakan sehingga manfaat e-Filing belum dirasakan secara optimal. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kepatuhan tidak cukup dilakukan melalui penyediaan teknologi, tetapi juga memerlukan strategi peningkatan literasi digital, edukasi perpajakan, dan pendampingan bagi pelaku UMKM agar penggunaan e-Filing benar-benar menghasilkan perubahan perilaku kepatuhan.

Pengaruh Digitalisasi Layanan Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digitalisasi Layanan Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Pajak UMKM ($\beta = 0{,}340$; $t = 3{,}778$; $p < 0{,}001$), sehingga hipotesis kedua diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan perpajakan digital, semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM. Hasil tersebut mendukung TAM yang menyatakan bahwa teknologi yang memberikan manfaat nyata akan

meningkatkan penerimaan dan penggunaan sistem oleh pengguna. Digitalisasi layanan perpajakan melalui berbagai platform elektronik mengurangi biaya kepatuhan, mempercepat proses administrasi, dan meningkatkan aksesibilitas layanan, sehingga mendorong kepatuhan wajib pajak.

Temuan penelitian ini konsisten dengan laporan OECD (2024) yang menegaskan bahwa transformasi digital administrasi perpajakan meningkatkan kualitas pelayanan, efisiensi administrasi, dan kepatuhan wajib pajak. Penelitian Dewi dan Darma (2024) juga menunjukkan bahwa digitalisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak melalui peningkatan persepsi positif, norma sosial, dan kontrol perilaku.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh Putri et al. (2025) yang menemukan bahwa digitalisasi perpajakan memberikan pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM karena mampu mempermudah akses informasi dan layanan perpajakan.

Pengaruh Sistem E-Filing terhadap Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sistem E-Filing berpengaruh positif terhadap Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok (β = 0,370; t = 2,971; p = 0,003). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin berkembang penggunaan e-Filing, semakin tinggi kebutuhan wajib pajak terhadap media edukasi digital yang membantu memahami prosedur penggunaan sistem tersebut. Hasil ini didukung oleh penelitian Nisa (2023) yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan digital memperkuat pemanfaatan e-Filing dan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Penelitian tersebut menegaskan bahwa sosialisasi digital menjadi jembatan antara implementasi teknologi dan perubahan perilaku wajib pajak.

Selain itu, penelitian Atito & Masripah (2024) menunjukkan bahwa implementasi e-Filing menjadi lebih efektif ketika didukung oleh sosialisasi perpajakan yang intensif.

Pengaruh Digitalisasi Layanan Perpajakan terhadap Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok

Digitalisasi layanan perpajakan terbukti berpengaruh positif terhadap sosialisasi perpajakan berbasis TikTok (β = 0,461; t = 4,122; p < 0,001). Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi digital administrasi perpajakan mendorong perubahan strategi komunikasi pemerintah menuju media sosial yang lebih interaktif. Hasil ini konsisten dengan penelitian Dewi dan Darma (2024) yang menyatakan bahwa digitalisasi perpajakan harus diikuti dengan komunikasi digital yang efektif agar mampu membentuk persepsi positif dan meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok terhadap Kepatuhan Pajak UMKM

Sosialisasi perpajakan berbasis TikTok merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling kuat terhadap kepatuhan pajak UMKM (β = 0,579; t = 7,816; p < 0,001). Hasil ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan kesadaran dan perilaku kepatuhan. Temuan ini mendukung TPB, yang menjelaskan bahwa peningkatan pengetahuan dan pembentukan sikap positif akan meningkatkan niat untuk berperilaku patuh. Dalam penelitian ini, TikTok menjadi media yang memperkuat pengetahuan, mengurangi hambatan informasi, dan meningkatkan keyakinan wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Sholihah & Machdar (2024) yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan meningkatkan kepercayaan wajib pajak terhadap pemerintah dan pada

akhirnya meningkatkan kepatuhan.

Peran Mediasi Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok

Hasil pengujian menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berbasis TikTok memediasi hubungan antara Sistem E-Filing dan Kepatuhan Pajak UMKM (*full mediation*), serta memediasi hubungan antara Digitalisasi Layanan Perpajakan dan Kepatuhan Pajak UMKM (*partial mediation*). Temuan ini memperkuat penelitian Malik (2023) yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan digital memperkuat pengaruh e-Filing terhadap kepatuhan wajib pajak. Selain itu, hasil penelitian ini juga memperluas temuan Putri et al. (2025) yang menunjukkan bahwa digitalisasi perpajakan meningkatkan kepatuhan UMKM, meskipun dalam penelitian tersebut sosialisasi berperan sebagai moderator, bukan mediator

KESIMPULAN

Layanan perpajakan terhadap kepatuhan pajak UMKM dengan Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok sebagai variabel mediasi. Berdasarkan hasil analisis menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) terhadap 120 pelaku UMKM di Kota Medan, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Penerapan sistem e-Filing tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan sistem pelaporan pajak secara elektronik belum mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak secara langsung. Hal tersebut mengindikasikan bahwa keberadaan teknologi saja belum cukup untuk mendorong perubahan perilaku kepatuhan apabila tidak diikuti oleh peningkatan pemahaman dan literasi perpajakan.
2. Digitalisasi layanan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM. Semakin baik kualitas layanan perpajakan berbasis digital, semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak. Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi digital administrasi perpajakan mampu meningkatkan efisiensi pelayanan, kemudahan akses, dan kenyamanan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.
3. Penerapan sistem e-Filing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin berkembang pemanfaatan sistem e-Filing, semakin besar kebutuhan pelaku UMKM terhadap media edukasi digital yang dapat menjelaskan tata cara penggunaan layanan perpajakan secara praktis dan mudah dipahami.
4. Digitalisasi layanan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital administrasi perpajakan perlu didukung oleh strategi komunikasi digital yang efektif agar informasi mengenai layanan perpajakan dapat diterima dan dipahami oleh wajib pajak.
5. Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM. Variabel ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepatuhan pajak UMKM dibandingkan variabel lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa penyampaian informasi perpajakan melalui media sosial yang menarik, interaktif, dan mudah dipahami mampu meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan perilaku kepatuhan wajib pajak.
6. Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok mampu memediasi pengaruh penerapan sistem e-Filing terhadap kepatuhan pajak UMKM (full mediation). Hal ini menunjukkan bahwa manfaat e-Filing terhadap peningkatan kepatuhan tidak terjadi secara langsung, tetapi

melalui peningkatan efektivitas sosialisasi perpajakan yang membantu wajib pajak memahami penggunaan sistem perpajakan digital.

7. Sosialisasi Perpajakan Berbasis TikTok juga memediasi pengaruh digitalisasi layanan perpajakan terhadap kepatuhan pajak UMKM (partial mediation). Dengan demikian, digitalisasi layanan perpajakan tidak hanya memberikan pengaruh langsung terhadap kepatuhan, tetapi juga meningkatkan kepatuhan melalui efektivitas sosialisasi perpajakan berbasis media sosial.

DAFTAR REFERENSI

Ajzen, I. (2002). Constructing a TPB questionnaire: Conceptual and methodological considerations. University of Massachusetts.

Atito, M., & Masripah, M. (2024). Pengaruh Penerapan Sistem E-Filing, Sosialisasi Perpajakan, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Pemerintah Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kpp Pratama Jakarta Setiabudi Dua. Jurnal Akuntansi, 13(2), 135–146. https://doi.org/10.46806/ja.v13i2.1141

Alm, J. (2019). What motivates tax compliance? Journal of Economic Surveys, 33(2), 353–388. https://doi.org/10.1111/joes.12272

Amwal, A. D., Sutanto, E. M., & Harjito, Y. (2020). Pengaruh Implementasi Sistem E-Filing terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dengan Pemahaman Internet sebagai Pemoderasi. *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi,* 5(2), 71–83. https://doi.org/10.33084/neraca.v5i2.1427

Bobek, D. D., & Hatfield, R. C. (2003). An investigation of the theory of planned behavior and the role of moral obligation in tax compliance. Behavioral Research in Accounting, 15(1), 13–38. https://doi.org/10.2308/bria.2003.15.1.13

Boediono, G.T., Sitawati, R., dan Harjanto S. (2018). Analisis Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Vol.3. No.1. Hal: 22-38.

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2019). Business research methods (13th ed.). McGraw-Hill.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (6th ed.). Sage.

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

Dewi, T. I. A. L. A., KAWISANA, P. G. W. P., & YOGA, I. G. A. P. (2022). The Effect Of E-Filing Implementation, Tax Socialization, Taxpayer Awareness, And Tax Sanctions On Compliance Individual Taxpayer. Journal of Tourism Economics and Policy, 2(1), 11–20. https://doi.org/10.38142/jtep.v2i1.201

Direktorat Jenderal Pajak. (2024). *Layanan Digital Perpajakan dan DJP Online*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.

Direktorat Jenderal Pajak. (2024b). Laporan tahunan Direktorat Jenderal Pajak tahun 2024.

Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0* (Edisi 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gaol, Vebry L. "Analisis Penerimaan Pajak Restoran dan Pajak Hotel sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah (Studi pada Dinas Pendapatan Pengelolaan Kekayaan Asli Daerah Kota Medan)." *Visi Sosial Humaniora*, vol. 1, no. 1, 2020, pp. 93-105, doi:10.51622/vsh.v1i1.33.

Gumilang, A. M., Rosidawaty, & Septiani, T. (2024). Analisis Kebijakan Sistem Digitalisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Studi pada KPP Pratama Serang Barat. *Balance Vocation Accounting Journal, 8*(1). https://doi.org/10.31000/bvaj.v8i1.12085

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). Sage.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.

James, S., & Alley, C. (2002). Tax compliance, self-assessment and tax administration. Journal of Finance and Management in Public Services, 2(2), 27–42.

Kirchler, E. (2007). The economic psychology of tax behaviour. Cambridge University Press.

Mardiasmo. (2023). *Perpajakan* (Edisi Terbaru). Yogyakarta: Andi.

Nisa, K. H. (2023). *Pengaruh Tax Awareness, Digitalisasi Sistem Layanan Perpajakan, Dan Kebijakan Insentif Pajak Terhadap Taxpayers Compliance Pada Masa Pandemi Covid-19*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

OECD. (2024). Tax administration 2024. OECD Publishing.

Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage. International Journal of Interactive Mobile Technologies, 14(4), 121–137. https://doi.org/10.3991/IJIM.V14I04.12429

Panjaitan, T. D., & Handayani, R. (2023). Effectiveness of the Implementation of e-filing and e-billing and Taxation Understanding on Taxpayer Compliance in the City of Bandung (Case Study at the Bandung Cibeunying Primary Tax Office). Jurnal Akuntansi, 15(2), 226–240. https://journal.maranatha.edu/index.php/jam/article/view/6082

Pribadi, F. K., Rosidi, R., Martaleni, M., & Muawanah, U. (2023). Pengaruh Servequal Dan E-Govqual Terhadap Kepatuhan Pajak Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, *9*(4), 486–494. Https://Doi.Org/10.29303/Jseh.V9i4.434

Putra, A. A., & Marsono, S. (2020). Pengaruh Penerapan Sistem Online Pajak (E-Registration, E-Filing, dan E-Billing) Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. ADVANCE, 7(1), 45–55. https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/advance/article/view/657

Qin, Y., & Omar, B. (2022). TikTok addiction behaviour among users: A conceptual model and research propositions. European Proceedings of the International Conference on Emerging Media & Communication. https://doi.org/10.15405/epsbs.2022.01.02.19

Rahayu, S. K. (2020). *Perpajakan Indonesia: Konsep dan Aspek Formal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2024). SmartPLS 4 user manual.

Saputra, H. (2019). Analisa kepatuhan pajak dengan pendekatan Theory of Planned Behavior terhadap wajib pajak orang pribadi di Provinsi DKI Jakarta. Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). Research methods for business: A skill building approach (8th ed.). John Wiley & Sons.

Siahaan, V. T., Gaol, V. L., & Harefa, M. (2024). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Penerapan Aplikasi E-Faktur PPN Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Sanksi Pajak sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Nommensen*, *3*(2), 106-115.

Sholihah, A. N., & Machdar, N. M. (2024). E-FILLING, PEMAHAMAN PERPAJAKAN, DAN SOSIALISASI: KUNCI MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK . *Jurnal*

Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan, *2*(2), 576–588. https://doi.org/10.70248/jakpt.v2i2.1636

Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Suherman, R., & Ramadhan, Y. (2025). The Effect of E-Filling Implementation and Tax Sanctions Implementation on Individual Taxpayer Compliance with Digital Literacy As A Moderating Variable. Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting, 6(1 SE-Articles), 737–755. https://doi.org/10.38035/dijefa.v6i1.4196

Talithahandari, A., Askandar, N. S., & Mahsuni, A. W. (2024). Efek moderasi pemahaman pajak pada hubungan Theory of Planned Behavior terhadap kepatuhan wajib pajak.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS Quarterly, 27(3), 425–478. https://doi.org/10.2307/30036540

Vieri Delvechio, Indra Pahala, & Tri Hesti Utaminingtyas. (2024). Pengaruh Penerapan E-System Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Perpajakan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, *4*(3), 838–851. Https://Doi.Org/10.21009/Japa.0403.14

Yasa, I. N. P., Martadinata, I. P. H., & Astawa, I. G. P. B. (2021). Peran Theory of Planned Behavior terhadap kepatuhan wajib pajak. Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan.

Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending the internet meme: Conceptualizing TikTok's platform culture. New Media & Society, 24(8), 1872–1890. https://doi.org/10.1177/14614448211027195

Vieri Delvechio, Indra Pahala, & Tri Hesti Utaminingtyas. (2024). Pengaruh Penerapan E-System Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Perpajakan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, *4*(3), 838–851. Https: