

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pajak merupakan salah satu sumber utama penerimaan negara yang berperan penting dalam membiayai pembangunan nasional, penyediaan layanan publik, serta pemerataan kesejahteraan masyarakat. Penerimaan pajak di Indonesia memiliki kontribusi dominan terhadap Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), sehingga efektivitas penerimaan pajak sangat bergantung pada tingkat kepatuhan wajib pajak (Direktorat Jenderal Pajak, 2023). Kepatuhan pajak sendiri mencerminkan sejauh mana wajib pajak memahami, menyadari, dan melaksanakan kewajiban perpajakannya secara sukarela sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Ariyanto, 2024).

Namun, fenomena yang masih sering dijumpai di Indonesia adalah tingkat kepatuhan pajak yang belum optimal. Berdasarkan data Direktorat Jenderal Pajak (DJP), rasio kepatuhan pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan masih berada di kisaran 73% pada tahun 2023, sedangkan target kepatuhan ideal berada di atas 85%. Selain itu, rasio pajak (*tax ratio*) Indonesia masih berkisar di angka 10–11% dari Produk Domestik Bruto (PDB), jauh di bawah rata-rata negara ASEAN yang mencapai 14– 15% (Kementerian Keuangan, 2024). Rendahnya tingkat kepatuhan ini menjadi indikasi adanya masalah dalam kesadaran dan perilaku perpajakan masyarakat, terutama di kalangan generasi muda.

Generasi Z, yang merupakan kelompok masyarakat berusia antara 18–27 tahun, kini mulai memasuki usia produktif dan menjadi calon wajib pajak baru di Indonesia. Karakteristik Generasi Z yang *digital savvy*, cepat beradaptasi dengan teknologi, dan memiliki pola pikir praktis menjadikannya kelompok penting dalam pembentukan budaya kepatuhan pajak masa depan (Rhamadan et al., 2024). Namun, beberapa penelitian menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z memiliki akses luas terhadap informasi, tingkat pemahaman dan kesadaran mereka mengenai kewajiban perpajakan masih rendah (Himawan, 2021). Rendahnya kesadaran ini dapat menghambat partisipasi mereka sebagai wajib pajak yang patuh di masa mendatang.

Kesadaran pajak merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Menurut Nasution (2024), kesadaran pajak terbentuk dari pengetahuan, pemahaman, serta sikap positif terhadap sistem perpajakan. Wajib pajak yang memiliki kesadaran tinggi akan memahami pentingnya pajak bagi pembangunan dan cenderung melaksanakan kewajibannya tanpa paksaan. Sebaliknya, rendahnya kesadaran menyebabkan munculnya perilaku menghindar dari kewajiban pajak, baik karena ketidaktahuan maupun karena persepsi negatif terhadap pengelolaan pajak oleh pemerintah.

Salah satu upaya pemerintah untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak adalah melalui sosialisasi perpajakan. Sosialisasi berfungsi sebagai sarana edukasi dan komunikasi antara otoritas pajak

dengan masyarakat, agar wajib pajak memahami hak dan kewajibannya (Prabowo, 2019). Dalam beberapa tahun terakhir, sosialisasi perpajakan mulai bergeser dari metode tatap muka konvensional ke arah digital, sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan media sosial. Melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, DJP berupaya menjangkau Generasi Z dengan format konten yang lebih ringan, kreatif, dan interaktif (Nasution, 2024).

Namun demikian, efektivitas sosialisasi digital ini belum sepenuhnya terukur. Penelitian oleh Auliyana et al. (2023) menunjukkan bahwa sosialisasi pajak berbasis media sosial memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan pengetahuan pajak, tetapi tidak selalu berbanding lurus dengan perilaku kepatuhan formal seperti pelaporan SPT atau pembayaran pajak. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara peningkatan pengetahuan dan perubahan perilaku kepatuhan.

Fenomena tersebut juga terlihat di tingkat daerah, termasuk Kota Bogor. Berdasarkan observasi awal, sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Bogor masih menghadapi tantangan dalam menarik minat partisipasi Generasi Z. Banyak kegiatan edukasi pajak yang kurang mendapatkan respons optimal karena pendekatannya belum sesuai dengan preferensi digital generasi muda. Padahal, Bogor sebagai kota pendidikan memiliki populasi mahasiswa dan pelaku usaha muda yang sangat potensial sebagai wajib pajak masa depan.

Dengan demikian, terdapat kebutuhan untuk mengkaji secara empiris bagaimana kesadaran Generasi Z dan sosialisasi perpajakan **memengaruhi** tingkat kepatuhan pajak, khususnya di Kota Bogor. Penelitian ini penting karena dapat memberikan gambaran nyata mengenai perilaku pajak generasi muda serta memberikan masukan bagi DJP dalam merancang strategi sosialisasi yang lebih efektif dan relevan dengan karakteristik Generasi Z.

Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur tentang perilaku kepatuhan pajak di Indonesia, khususnya dengan menambahkan perspektif generasi dan pendekatan komunikasi digital. Penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Ariyanto (2024), Nasution (2024), dan Himawan (2021) telah membuktikan adanya hubungan positif antara pengetahuan pajak dan kepatuhan, namun belum banyak yang secara spesifik meneliti pengaruh kombinasi antara kesadaran Generasi Z dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan pajak di tingkat daerah. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki relevansi empiris dan praktis dalam mendukung strategi peningkatan penerimaan pajak berbasis generasi di era digital.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat permasalahan yang perlu dikaji, yaitu rendahnya kesadaran pajak di kalangan Generasi Z, belum optimalnya sosialisasi perpajakan dalam membentuk perilaku kepatuhan, serta perlunya pengukuran empiris mengenai pengaruh kedua faktor tersebut terhadap kepatuhan pajak. Hal

inilah yang menjadi dasar dilakukannya penelitian dengan judul **“Pengaruh Kesadaran Generasi Z dan Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak di Kota Bogor.”** Dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi instansi perpajakan dan pemangku kebijakan dalam merancang strategi komunikasi perpajakan yang lebih tepat sasaran, edukatif, dan berdampak nyata di tengah perubahan perilaku generasi digital.

B. Identifikasi Masalah

Meningkatkan kesadaran pajak dikalangan generasi muda, khususnya Generasi Z, menjadi tantangan tersendiri dalam pembangunan sistem perpajakan yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, terdapat beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi :

1. Kesadaran pajak Generasi Z di Kota Bogor masih rendah dan belum terbentuk sepenuhnya.
2. Sosialisasi perpajakan oleh otoritas pajak belum sepenuhnya efektif menjangkau Generasi Z..
3. Perubahan media sosialisasi (konvensional ke digital) belum diimbangi dengan peningkatan kepatuhan.
4. Masih kurangnya penelitian empiris yang meneliti keterkaitan antara kesadaran, sosialisasi, dan kepatuhan pajak pada konteks generasi muda di daerah.

C. Batasan Masalah

1. Penelitian ini hanya berfokus pada Generasi Z yang berdomisili di Kota Bogor, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997–2012 dan telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) atau sudah memahami kewajiban perpajakan.
2. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari:
 - 2.1. Kesadaran Generasi Z (X1), yang mencakup pengetahuan, sikap, dan kemauan untuk melaksanakan kewajiban perpajakan.
 - 2.2. Sosialisasi Perpajakan (X2), yang meliputi kegiatan edukasi, penyuluhan, serta media informasi yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak.
3. Variabel dependen adalah Kepatuhan Pajak (Y), yaitu kepatuhan wajib pajak dalam mendaftarkan diri, melaporkan, dan membayar pajak tepat waktu.

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2025 dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner online kepada responden Generasi Z di Kota Bogor.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah kesadaran Generasi Z berpengaruh terhadap kepatuhan pajak di Kota Bogor?
2. Apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan pajak di Kota Bogor?
3. Apakah kesadaran Generasi Z dan sosialisasi perpajakan secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan pajak di Kota Bogor?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran Generasi Z terhadap kepatuhan pajak di Kota Bogor.
2. Untuk mengetahui pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan pajak di Kota Bogor.
3. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran Generasi Z dan sosialisasi perpajakan secara simultan terhadap kepatuhan pajak di Kota Bogor.

F. Manfaat Penelitian

1. Memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan konsep kepatuhan pajak berdasarkan kesadaran dan sosialisasi.
2. Memberikan rekomendasi praktis bagi otoritas pajak untuk meningkatkan efektivitas sosialisasi perpajakan pada generasi muda.
3. Meningkatkan pemahaman dan kesadaran Generasi Z terhadap pentingnya kepatuhan pajak di era digital.

G. Kegunaan Penelitian

1. Menganalisis tingkat kepatuhan dalam pelaksanaan sosialisasi perpajakan yang ditujukan kepada Generasi Z.
2. Mengetahui tingkat kesadaran perpajakan di kalangan Generasi Z.
3. Menguji pengaruh kepatuhan dalam sosialisasi perpajakan terhadap kesadaran perpajakan Generasi Z.

4. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas sosialisasi perpajakan dalam membentuk kesadaran pajak pada Generasi Z.

H. Sistematika Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini Berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat landasan teori yang relevan dengan topik penelitian, termasuk konsep tentang perpajakan, sosialisasi perpajakan, kepatuhan pajak, kesadaran pajak, karakteristik Generasi Z, serta penelitian-penelitian terdahulu yang mendukung.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sample, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil pengolahan data yang telah diperoleh, analisis data, pengujian hipotesis (jika ada), serta interpretasi dan pembahasan hasil penelitian berdasarkan teori yang relevan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, saran-saran yang diberikan berdasarkan temuan, serta keterbatasan penelitian dan kemungkinan arah penelitian selanjutnya.