

EDUKASI PENGETAHUAN PERPAJAKAN DAN MORAL PAJAK TERHADAP KEPATUHAN PAJAK GEN Z

Devina Rahma Adelia¹⁾, Condro Widodo^{2)*}

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
email: 21013010292@student.upnjatim.ac.id, *condro.widodo.ak@upnjatim.ac.id

Abstrak

Edukasi pengetahuan perpajakan dan moral pajak menjadi strategi utama Direktorat Jenderal Pajak (DJP) untuk meningkatkan kepatuhan pajak masa depan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh edukasi pengetahuan perpajakan dan moral pajak terhadap kepatuhan pajak di kalangan Gen Z, menggunakan Desain Kuasi Eksperimental dengan model Non-Equivalent Control Group dengan jumlah sampel 90 mahasiswa. Untuk menguji hipotesis digunakan uji Mann-Whitney U Test dan ANCOVA, yang menunjukkan bahwa edukasi pengetahuan perpajakan dan moral pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak Gen Z. Hasil uji Wilcoxon menunjukkan terdapat peningkatan signifikan pengetahuan perpajakan (kelompok eksperimen: $\alpha=0.005$, kelompok kontrol: $\alpha=0.000$) dan moral pajak (eksperimen: $\alpha=0.040$, kelompok kontrol: $\alpha=0,009$) di kedua kelompok, namun tidak terdapat perbedaan signifikan antar kelompok (Mann-Whitney: pengetahuan perpajakan $\alpha=0,195$, moral $\alpha=0,505$; ANCOVA: pengetahuan perpajakan $\alpha=0,688$, moral $\alpha=0,618$). Uji normalitas menunjukkan data tidak berdistribusi normal ($\alpha=0,000$). Uji homogenitas data menunjukkan bahwa kelompok eksperimen dan kelompok kontrol berasal dari varian yang homogen ($\alpha=0,429$). Gen Z digital natives, tampaknya belum cukup terpengaruh oleh edukasi singkat atau nilai-nilai moral internal saja. Edukasi perpajakan dengan video singkat tidak efektif dalam membedakan kepatuhan pajak Gen Z dibandingkan dengan pembelajaran konvensional. Peningkatan dalam pemahaman perpajakan dan moral pajak sangat penting, karena Gen Z diantisipasi untuk berkontribusi pada peningkatan rasio kepatuhan pajak secara berkelanjutan.

Keywords: Edukasi Pengetahuan Perpajakan, Moral Pajak, Kepatuhan Pajak

Abstract

Tax knowledge education and tax ethics are key strategies of the Directorate General of Taxes (DJP) to improve future tax compliance. This study aims to examine the influence of tax knowledge education and tax ethics on tax compliance among Gen Z, using a quasi-experimental design with a non-equivalent control group model and a sample size of 90 students. To test the hypotheses, the Mann-Whitney U Test and ANCOVA were used, which showed that tax knowledge education and tax ethics did not have a significant effect on Gen Z's tax compliance. The results of the Wilcoxon test showed a significant increase in tax knowledge (experimental group: $\alpha=0.005$, control group: $\alpha=0.000$) and tax morality (experimental: $\alpha=0.040$, control group: $\alpha=0.009$) in both groups, but there were no significant differences between the groups (Mann-Whitney: tax knowledge $\alpha=0.195$, tax morality $\alpha=0.505$; ANCOVA: tax knowledge $\alpha=0.688$, tax morality $\alpha=0.618$). The normality test indicated that the data were not normally distributed ($\alpha=0.000$). The test of data homogeneity showed that the experimental and control groups came from homogeneous variances ($\alpha=0.429$). Gen Z digital natives do not appear to be sufficiently influenced by brief educational sessions or internal moral values alone. Tax education using short videos is ineffective in distinguishing Gen Z's tax compliance compared to conventional learning. Improvements in tax knowledge and tax morality are crucial, as Gen Z is expected to contribute to a sustained increase in the tax compliance rate.

Keywords: Tax Knowledge Education, Tax Morale, Tax Compliance

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perpajakan merupakan pilar utama dalam Pembangunan ekonomi suatu negara, di mana kepatuhan pajak masyarakat menjadi kunci keberhasilan sistem perpajakan. Pelayanan di berbagai bidang seperti pendidikan dan kesehatan sangat memerlukan pendapatan negara, salah satunya pendapatan perpajakan yang sangat penting bagi pembangunan nasional. Pada tahun 2025, telah ditentukan bahwa ada 19,78 juta wajib pajak yang diamanatkan untuk melaporkan pajak penghasilan mereka, dengan demikian, DJP mengusahakan untuk mencapai rasio kepatuhan formal sebesar 81,92%, yang berarti diperkirakan 16,21 juta wajib pajak diantisipasi untuk menyerahkan SPT Tahunan. Mengingat bahwa jumlah wajib pajak yang telah mengajukan SPT Tahunan per 1 Mei 2025, hanya 14,06 juta, rasio kepatuhan saat ini dievaluasi hanya 71%.

Di Indonesia, Generasi Z (kelahiran tahun 1997-2012) yang kini mendominasi Angkatan kerja muda, menghadapi tantangan unik dalam memahami dan mematuhi kewajiban pajak. Menurut Badan Pusat Statistik (2024), sejumlah besar individu dari Gen Z telah memulai wirausaha dan menghasilkan pendapatan sendiri, sehingga memosisikan diri dalam klasifikasi wajib pajak dan memberikan kontribusi untuk Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai. Umumnya diamati bahwa demografi ini menunjukkan Tingkat kepedulian yang berkurang mengenai tanggung jawab sosial, termasuk kewajiban untuk membayar pajak..

Menurut Badan Pusat Statistik (2024a), tingkat kepatuhan pajak Gen Z mencapai 76,4%, yang lebih rendah dari generasi-generasi sebelumnya. Rendahnya kesadaran pajak di kalangan Generasi Z, dipengaruhi oleh literasi keuangan yang

minim, akses informasi digital yang berlebih namun tidak terverifikasi, pandangan skeptis terhadap penggunaan pajak negara, serta moral pajak yang lemah. Hal ini terlihat dari maraknya praktik ekonomi digital seperti *freelance*, konten kreator, dan *e-commerce* di *platform* seperti Tiktok shop dan Shopee, yang sering kali luput dari pelaporan pajak.

Menurut Kementerian Keuangan RI, salah satu fokus utama dalam reformasi perpajakan nasional adalah meningkatnya kesadaran dan kepatuhan pajak di kalangan Gen Z, mengingat besarnya kontribusi Gen Z terhadap basis pajak yang berkelanjutan. Sebagian dari Gen Z terlibat dengan perangkat digital secara aktif dan menunjukkan kemampuan beradaptasi yang nyata terhadap teknologi yang muncul, sehingga memosisikan diri untuk memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan kemajuan dan transparansi sistem perpajakan.

Program edukasi perpajakan dapat ditingkatkan sehingga dapat membantu dalam meningkatkan pengetahuan dan moral pajak. Program seperti “Kampus Merdeka Pajak” DJP dan kolaborasi dengan *influencer* digital dapat meningkatkan *tax literacy* hingga 20-30%. *Platform* media sosial dapat memfasilitasi pemerintah dalam menyajikan laporan tentang pemanfaatan pendapatan pajak secara visual dan mudah dipahami, sehingga memperkuat kepercayaan wajib pajak. Pemahaman Gen Z terkait pajak dapat ditingkatkan melalui pemerintah dengan mengadakan program-program edukasi perpajakan yang menarik, seperti berkolaborasi dengan *influencer* tiktok untuk berdiskusi dengan pembahasan dasar perpajakan. Akibatnya, penyebaran pengetahuan dan moral pajak ke Gen Z tidak hanya signifikan tetapi merupakan bentuk strategi untuk pembentukan

kerangka perpajakan yang tangguh dalam masyarakat kontemporer.

Perspektif moral yang tinggi mengenai perpajakan menimbulkan rasa kewajiban sosial dan etika di antara wajib pajak untuk memenuhi tanggung jawab pajak mereka. Pengetahuan perpajakan yang luas juga berdampak pada moral pajak, karena wajib pajak yang memahami peraturan dan keuntungan pajak cenderung memenuhi kewajiban mereka secara sukarela. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sumule & Erawati (2023), moral pajak secara signifikan berdampak pada niat calon wajib pajak untuk taat pajak, sedangkan edukasi perpajakan tidak menunjukkan efek yang terlihat pada niat calon wajib pajak. Menurut penelitian Dewi & Supadmi (2024), kepatuhan terhadap perpajakan secara nyata dipengaruhi oleh edukasi pajak dan moral pajak. Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh edukasi pengetahuan perpajakan dan moral pajak terhadap kepatuhan pajak Gen Z.

Teori Perilaku Terencana

Teori perilaku terencana (TPB) menjelaskan terkait seberapa termotivasinya individu dalam bertindak. Teori ini berpendapat bahwa individu yang dikenai pajak cenderung mematuhi pajak karena adanya norma internal, yang diperkuat melalui pengetahuan dan moral tentang peraturan perpajakan. Dalam teori ini, motivasi utama untuk terlibat dalam perilaku tertentu sering terlihat ketika perilaku yang ditunjukkan oleh individu tersebut ditunjukkan. Menurut Lukmawati et al. (2024), niat masyarakat dalam kapasitasnya sebagai wajib pajak dapat berdampak signifikan terhadap kewajiban pajak. Dalam kerangka Teori Perilaku Terencana (TPB), seseorang mampu

mematuhi peraturan perpajakan apabila mereka memiliki niat. Di Indonesia, TPB telah diterapkan untuk memprediksi kepatuhan pajak sangat bergantung pada pengetahuan perpajakan, yang sejalan dengan TPB, yaitu melalui peningkatan pengetahuan, perubahan sikap, pengaruh norma subjektif, dan peningkatan control perilaku.

Teori Moral Pajak

Teori moral pajak menjelaskan bahwa kepatuhan dikatalisis oleh banyak pengaruh eksternal, termasuk sanksi, nilai moral, dan kesadaran sosial yang intrinsik bagi individu. Teori moral pajak menempatkan kepatuhan pajak sebagai hasil dari motivasi internal yang kuat, yang dapat dibentuk dan ditingkatkan melalui edukasi, transparansi, dan peningkatan kepercayaan antara wajib pajak dan pemerintah. Menurut Heriana & Irawan (2024), dikemukakan bahwa kepatuhan pajak mahasiswa, yang dianggap sebagai calon wajib pajak, secara signifikan ditingkatkan oleh moral pajak intrinsik mereka. Moral pajak dapat berfungsi sebagai pencegah penghindaran pajak.

Teori Kepatuhan Pajak

Teori kepatuhan pajak menggambarkan perilaku pajak yang mendasari dan ditunjukkan oleh wajib pajak dalam memenuhi kewajiban fiskal mereka. Teori ini menyatakan unsur normatif, psikologis, dan ekonomi untuk memahami alasan di balik keputusan wajib pajak apakah akan taat atau tidak taat dalam membayar pajak. Teori ini menyatakan bahwa sejumlah faktor eksternal dan internal, seperti moral pajak dan pengetahuan perpajakan, serta sanksi dan pengawasan memiliki dampak terhadap kepatuhan pajak. Teori ini digunakan dalam kebijakan administrasi pajak untuk memahami dinamika antara edukasi, pelayanan, dan pengawasan terhadap perilaku pelaporan dan

pembayaran pajak. Menurut Pratiwi & Rahmiati (2025) seiring dengan meningkatnya kesadaran Gen Z terhadap dampak negatif penghindaran pajak, media sosial mempengaruhi persepsi Gen Z terhadap praktik tersebut dan mencegah mereka untuk terlibat didalamnya.

Pengaruh Edukasi Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pajak Gen Z

Edukasi pengetahuan perpajakan sangat penting dalam peningkatan kepatuhan pajak di kalangan Gen Z. Pernyataan tersebut mendukung teori perilaku terencana, yang menjelaskan pentingnya pengetahuan dan kesadaran mengenai konsekuensi tindakan dalam mempengaruhi niat dan perilaku individu. Edukasi pengetahuan perpajakan dirancang untuk meningkatkan pengetahuan, memodifikasi sikap, membentuk norma subjektif, dan menambah regulasi perilaku wajib pajak. Selain itu, edukasi pengetahuan perpajakan memainkan peran penting dalam menumbuhkan pemahaman di kalangan Gen Z mengenai pentingnya perpajakan bagi pembangunan nasional, sehingga mempromosikan kepatuhan sukarela mereka terhadap kewajiban pajak. Hasil studi Hakimatunnisa et al. (2025) menunjukkan bahwa edukasi perpajakan memiliki efek menguntungkan pada tingkat kepatuhan perpajakan. Hasil penelitian tersebut dikuatkan oleh temuan Qona'ah et al. (2023), yang menegaskan bahwa edukasi perpajakan menghasilkan dampak konstruktif pada kepatuhan pajak.

H₁: Edukasi Pengetahuan Perpajakan Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Pajak Gen Z

Pengaruh Moral Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Gen Z

Moral pajak merupakan faktor non-ekonomi yang signifikan dalam mempengaruhi tingkat kepatuhan, di mana individu yang memiliki moral pajak yang kuat umumnya lebih taat dalam memenuhi tanggung jawab perpajakan mereka. Moral pajak yang tinggi pada Gen Z umumnya tercermin dari sikap positif, sehingga dapat memengaruhi persepsi individu terhadap kewajiban pajaknya. Temuan Heriana & Irawan (2024) menjelaskan bahwa moral pajak sangat penting dalam mempromosikan kepatuhan pajak. Oleh karena itu, meningkatkan moral pajak melalui edukasi, sosialisasi, dan kepercayaan publik yang diperkuat sangat penting untuk mendorong kepatuhan pajak yang unggul dan berkelanjutan di Indonesia.

H₂: Moral Pajak Berpengaruh Positif Terhadap Kepatuhan Pajak Gen Z

METODE PENELITIAN

Jenis dan Objek Penelitian

Penelitian ini merupakan analisis kuantitatif yang menggunakan metodologi eksperimen yang ditandai dengan Desain Kuasi Eksperimental. Populasi yang diteliti merupakan mahasiswa aktif Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Program Studi Manajemen Angkatan 2022, yang akan dibedakan menjadi kelompok eksperimen (dengan edukasi) dan kelompok kontrol (tanpa edukasi), di mana masing-masing kelompok terdiri dari 45 mahasiswa. *Treatment* yang diberikan untuk kelompok eksperimen memiliki durasi 10 menit dengan topik dasar perpajakan.

Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian ini merupakan data primer. Penelitian ini menggunakan kuesioner *pre-test* dan *post-test* untuk mengumpulkan

data dengan jumlah soal 20 butir dan dikelompokkan menjadi tiga bagian khusus, yaitu pengetahuan perpajakan, moral pajak, dan kepatuhan pajak. Langkah awal dalam penelitian ini adalah kelompok eksperimen dan kelompok kontrol dapat mengisi *pre-test* terlebih dahulu, setelah itu kelompok eksperimen akan mendapatkan *treatment* berupa video singkat dan kelompok kontrol akan mendapatkan pembelajaran konvensional, dan dilanjutkan dengan pengisian *post-test*.

Tabel 1
Indikator Kuesioner

Keterangan	Indikator
Pengetahuan Perpajakan	Pemahaman dasar perpajakan
	Pemahaman jenis dan mekanisme pajak
	Pemahaman prosedur dan administrasi pajak
Moral Pajak	Kesadaran etika pajak
	Kepercayaan terhadap pemerintah
	Motivasi internal
Kepatuhan Pajak	Kepatuhan formal
	Kepatuhan material
	Kesadaran kepatuhan dan prosedur

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang meliputi analisis statistik deskriptif, *Wilcoxon Signed Rank Test*, dan *N-Gain Score*, sedangkan untuk uji hipotesis menggunakan *Mann-Whitney U Test* dan ANCOVA. Pengolahan data menggunakan aplikasi *Ms. Excel* dan *SPSS 31 for windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas penelitian ini menggunakan nilai *r* tabel senilai 0,207 dan taraf

signifikansi 5%. Suatu butir pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai *r* hitung lebih besar dari nilai *r* tabel dan memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Hasil dari uji validitas sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	r hitung	r tabel	Ket
Y1	0,278	0,207	Valid
Y2	0,271	0,207	Valid
Y3	0,669	0,207	Valid
Y4	0,344	0,207	Valid
Y5	0,611	0,207	Valid
X1.1	0,393	0,207	Valid
X1.2	0,231	0,207	Valid
X1.3	0,210	0,207	Valid
X1.4	0,468	0,207	Valid
X1.5	0,422	0,207	Valid
X1.6	0,368	0,207	Valid
X1.7	0,315	0,207	Valid
X1.8	0,394	0,207	Valid
X1.9	0,492	0,207	Valid
X1.10	0,588	0,207	Valid
X2.1	0,416	0,207	Valid
X2.2	0,394	0,207	Valid
X2.3	0,231	0,207	Valid
X2.4	0,297	0,207	Valid
X2.5	0,496	0,207	Valid

Analisis hasil pengujian mengenai variabel X1 (pengetahuan perpajakan), X2 (moral pajak), dan Y (kepatuhan pajak) menunjukkan bahwa nilai *r* hitung melebihi *r* tabel. Analisis tersebut menunjukkan bahwa instrumen yang berkaitan dengan variabel pengetahuan perpajakan, moral pajak, dan kepatuhan pajak, dinyatakan valid dan layak digunakan.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*. Apabila nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 maka butir pertanyaan pada kuesioner dinyatakan layak digunakan.

Tabel 3

Hasil Uji Reliabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,663	20

Nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh 0,663, dengan demikian instrumen penelitian menunjukkan reliabel dan layak digunakan.

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan terkait jumlah sampel, total nilai keseluruhan, nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata, serta standar deviasi. Hasil yang diperoleh dari analisis statistik deskriptif yang berkaitan dengan kelompok eksperimen digambarkan sebagai berikut:

Tabel 4

Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kelompok Eksperimen

	Pengetahuan Perpajakan		Moral Pajak	
	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>
N	45	45	45	45
Nilai Min	20	35	5	15
Nilai Max	50	50	25	25
Sum	1.935	2.105	1.025	1.085
Mean	43,00	46,78	22,78	24,11
Standar Deviasi	7,416	4,415	4,337	2,452

Menurut hasil analisis di atas, ditunjukkan bahwa nilai *pre-test* ke *post-test* kelompok eksperimen, baik pada pengetahuan perpajakan dan moral pajak menunjukkan peningkatan yang signifikan, artinya kelompok eksperimen menunjukkan peningkatan dalam pemahaman mereka tentang perpajakan setelah mendapatkan edukasi pengetahuan perpajakan dan moral pajak. Hasil yang diperoleh dari

perhitungan analisis statistik deskriptif pada kelompok kontrol sebagai berikut:

Tabel 5

Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kelompok Kontrol

	Pengetahuan Perpajakan		Moral Pajak	
	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>
N	45	45	45	45
Nilai Min	25	20	15	10
Nilai Max	50	50	25	25
Sum	1.890	2.115	1.010	1.095
Mean	42,00	47,00	22,44	24,33
Standar Deviasi	7,103	6,519	3,634	2,523

Berdasarkan hasil *pre-test* ke *post-test* di atas, baik pada pengetahuan perpajakan dan moral pajak kelompok kontrol, menunjukkan peningkatan meskipun tidak mendapatkan edukasi. Nilai kelompok kontrol melampaui kelompok eksperimen yang mendapatkan edukasi. Kelompok kontrol mengalami peningkatan yang lebih baik karena *pre-test* sebagai pembelajaran implisit dan video singkat yang diberikan menjadi kelemahan bagi Gen Z, sehingga membutuhkan konten edukasi perpajakan yang mendalam untuk meningkatkan kepatuhan pajak Gen Z.

Uji Normalitas Data

Penelitian ini melakukan uji normalitas data menggunakan uji *Shapiro-Wilk* dan dianggap berdistribusi normal apabila nilai signifikansi yang didapatkan lebih dari 0,05. Hasil uji normalitas disajikan pada tabel di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 6

Hasil Uji Normalitas Data

	Kelompok Eksperimen		Kelompok Kontrol	
	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,000	0,000	0,000	0,000

Berdasarkan hasil di atas, dapat disimpulkan data tidak berdistribusi normal dikarenakan nilai signifikansi 0,000.

Uji Homogenitas Data

Uji homogenitas dilakukan dengan *Levene's Test* dan dianggap homogen apabila nilai signifikansi melebihi 0,05. Hasil penilaian uji homogenitas disajikan sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Uji Homogenitas Data

	Syarat	Sig	Ket
<i>Based on mean</i>	>0,05	0,429	Homogen

Menurut tabel 7 yang terlampir, didapatkan nilai signifikansi senilai 0,429, menunjukkan bahwa varian dalam kedua kelompok bersifat homogen.

Wilcoxon Signed Rank Test

Penelitian ini melakukan uji *Wilcoxon* yang digunakan untuk menilai adanya perubahan nilai yang signifikan antara penilaian *pre-test* dan *post-test* dalam satu kelompok. Pengukuran yang berasal dari penilaian *pre-test* dan *post-test* direpresentasikan sebagai nilai diferensial apabila nilai signifikansi yang didapatkan di bawah 0,05. Hasil yang diperoleh dari *Wilcoxon Signed Rank Test* dilampirkan sebagai berikut:

Tabel 8
Hasil Uji *Wilcoxon Signed Rank Test* Pengetahuan Perpajakan

	Pengetahuan Perpajakan	
	<i>Post-test Eksperimen - Pre-test Eksperimen</i>	<i>Post-test Kontrol Pre-test Kontrol</i>
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,005	0,000

Hasil uji Wilcoxon menghasilkan nilai signifikansi pengetahuan perpajakan kurang dari 0,05, menunjukkan terdapat variasi yang terlihat antara hasil belajar pengetahuan perpajakan pada *pre-test* dan *post-test* pada kelompok eksperimen dan kelompok kontrol.

Tabel 9
Hasil Uji *Wilcoxon Signed Rank Test* Moral Pajak

	Moral Pajak	
	<i>Post-test Eksperimen - Pre-test Eksperimen</i>	<i>Post-test Kontrol Pre-test Kontrol</i>
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,040	0,009

Hasil uji di atas mengungkapkan nilai yang signifikan secara statistik mengenai moral pajak pada kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Nilai tersebut menunjukkan adanya perbedaan antara hasil pembelajaran moral pajak yang diperoleh dalam penilaian *pre-test* dan *post-test* kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Berdasarkan hasil uji mengenai pengetahuan perpajakan dan moral pajak, dapat disimpulkan bahwa edukasi pengetahuan perpajakan dan moral pajak menghasilkan dampak yang menguntungkan pada tingkat kepatuhan pajak baik dalam kelompok eksperimen maupun kelompok kontrol.

N-Gain Score

N-Gain Score berfungsi untuk mengevaluasi efektivitas suatu pembelajaran atau peningkatan kinerja akademik setelah pelaksanaan *treatment*.. Hasil perhitungan *N-Gain Score* sebagai berikut:

Tabel 10
Hasil *N-Gain Score* Pengetahuan Perpajakan

	Kelompok Eksperimen		Kelompok Kontrol	
	<i>N-Gain Score</i>	<i>N-Gain Persen</i>	<i>N-Gain Score</i>	<i>N-Gain Persen</i>
Mean	0,60	60%	0,73	73%

Menurut tabel 12, diperoleh nilai *mean N-Gain Score* pada kelompok eksperimen senilai 0,60, dengan kategori sedang karena nilai *N-Gain Score* yang didapatkan kurang dari 0,7. Sedangkan, *mean N-Gain Score* pada kelompok kontrol senilai 0,73, dengan kategori tinggi dikarenakan nilai *N-Gain Score* lebih dari 0,7. Pada nilai *mean N-Gain Persen*, kelompok eksperimen memiliki nilai 60%, sedangkan kelompok kontrol memiliki nilai 73%. Kedua nilai tersebut terletak dalam kategori efektivitasnya adalah cukup efektif, mengingat bahwa nilai *N-Gain Persen* kelompok eksperimen maupun kelompok kontrol kurang dari 76%.

Tabel 11
Hasil *N-Gain Score* Moral Pajak

	Kelompok Eksperimen		Kelompok Kontrol	
	<i>N-Gain Score</i>	<i>N-Gain Persen</i>	<i>N-Gain Score</i>	<i>N-Gain Persen</i>
Mean	0,77	77%	0,88	88%

Menurut tabel di atas, terbukti bahwa *mean N-Gain Score* kelompok eksperimen didapatkan senilai 0,77, sedangkan pada

kelompok kontrol didapatkan nilai *mean N-Gain Score* senilai 0,88, di mana kedua nilai tersebut diklasifikasikan dalam kategori tinggi karena nilai *N-Gain Score* lebih dari 0,7. Apabila dilihat dari nilai *mean N-Gain Persen*, kelompok eksperimen memiliki nilai 77%, sedangkan kelompok kontrol memiliki nilai 88%. Kedua nilai tersebut masuk dalam kategori efektivitasnya adalah efektif karena nilai *N-Gain Persen* kelompok eksperimen maupun kelompok kontrol lebih dari 76%.

Kelompok kontrol menunjukkan hasil yang unggul karena video singkat yang disajikan kurang selaras dengan preferensi Gen Z sebagai *digital native*. Selanjutnya, kelompok eksperimen menunjukkan peningkatan nilai *pre-test*, yang akibatnya menghambat potensi mereka untuk peningkatan yang signifikan dalam nilai *post-test*, di mana kelompok yang awalnya mendapat nilai lebih rendah pada *pre-test* biasanya mengalami kenaikan yang lebih besar dalam *post-test*.

Mann-Whitney U Test

Uji *Mann-Whitney* digunakan untuk membandingkan perbedaan rata-rata antara dua kelompok independent dengan data tidak berdistribusi normal. Perhitungan hasil dari Uji *Mann-Whitney U Test* digambarkan sebagai berikut:

Tabel 12
Hasil Uji *Mann-Whitney U Test* Pengetahuan Perpajakan

Ranks		
Hasil Edukasi	Kelompok Eksperimen	Kelompok Kontrol
<i>N</i>	45	45
<i>Mean</i>	42,49	48,51
<i>Sum of Ranks</i>	1.912,00	2.183,00

Menurut tabel di atas, diketahui bahwa setiap kelompok terdiri dari 45 mahasiswa.

Diketahui *mean* dalam kelompok eksperimen senilai 42,49 dengan perolehan *sum of ranks* sebesar 1.912,00, sedangkan *mean* pada kelompok kontrol senilai 48,51 dengan perolehan *sum of ranks* sebesar 2.183,00.

Tabel 13
Hasil Uji Mann-Whitney U Test Moral Pajak

<i>Ranks</i>		
Hasil Edukasi	Kelompok Eksperimen	Kelompok Kontrol
<i>N</i>	45	45
<i>Mean</i>	44,50	46,50
<i>Sum of Ranks</i>	2.002,50	2.092,50

<i>Test Statistics</i>		
Hasil Edukasi		
	Pengetahuan Perpajakan	Moral Pajak
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,195	0,505

Menurut tabel di atas, setiap kelompok terdiri dari 45 mahasiswa. Rata-rata yang dihitung untuk kelompok eksperimen senilai 44,50 dengan perolehan *sum of ranks* sebesar 2.002,50, sedangkan nilai rata-rata pada kelompok kontrol senilai 46,50 dengan perolehan *sum of ranks* sebesar 2.092,50.

Mengacu pada tabel *Test Statistics*, nilai signifikansi yang berkaitan dengan pengetahuan perpajakan 0,195, sedangkan nilai signifikansi yang berkaitan dengan moral pajak 0,505. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga memungkinkan untuk disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan secara statistik antara kelompok kontrol dan kelompok eksperimen dalam data yang dianalisis. Hasil tersebut juga dapat dilihat pada *mean ranks*, di mana *post-test*

kelompok kontrol menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari kelas eksperimen, baik pada pengetahuan perpajakan maupun moral pajak. Hal tersebut dapat terjadi karena Gen Z sudah terbiasa melihat edukasi singkat di media sosial, sehingga tidak terdapat efek “kebaruan”. Selain itu, Gen Z lebih suka belajar mandiri daripada metode terstruktur, sehingga hal tersebut juga dapat menyebabkan pengetahuan dasar mereka sudah cukup tinggi. Perbedaan nilai pada kelompok eksperimen dan kelompok kontrol belum bisa dikatakan cukup kuat pada statistik, sehingga dapat dikatakan bahwa *treatment* berupa edukasi video singkat belum terbukti dapat memberikan perbedaan yang signifikan.

ANCOVA

Uji ANCOVA berfungsi sebagai mengevaluasi perbedaan rata-rata di antara dua atau lebih kelompok dengan memperhitungkan dampak variabel kovariat, yang merupakan penentu dalam mempengaruhi variabel dependen. Hasil yang diperoleh dari perhitungan ANCOVA disajikan sebagai berikut:

Tabel 14
Hasil Uji ANCOVA

<i>Estimates</i>		
	Pengetahuan Perpajakan	
	Eksperimen	Kontrol
<i>Mean</i>	46,661	47,116

<i>Estimates</i>		
	Moral Pajak	
	Eksperimen	Kontrol
<i>Mean</i>	24,092	24,352

	Sig	
	Pengetahuan Perpajakan	Moral Pajak
Model Pembelajaran	0,688	0,618

Menurut tabel yang menggambarkan model pembelajaran yang disebutkan di atas, terbukti bahwa nilai signifikansi yang berkaitan dengan pengetahuan perpajakan adalah 0,668, sedangkan nilai yang sesuai dengan moral pajak adalah 0,618. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua model pembelajaran tidak terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik, khususnya edukasi yang digunakan dalam kelompok eksperimen dan model konvensional yang diterapkan pada kelompok kontrol. Hal tersebut juga dapat dilihat pada tabel *estimates*, di mana nilai *mean* pengetahuan perpajakan pada kelompok eksperimen senilai 46,661, sedangkan pada kelompok kontrol senilai 47,116. Nilai *mean* moral pajak pada kelompok eksperimen senilai 24,092, sedangkan pada kelompok kontrol senilai 24,352. Dari hasil tersebut, baik pada pengetahuan perpajakan maupun moral pajak menunjukkan model pembelajaran konvensional lebih unggul dari model pembelajaran eksperimen.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji *Wilcoxon*, peningkatan pengetahuan perpajakan sangat menonjol pada kedua kelompok, dengan analisis *N-Gain* yang membuktikan adanya efek pembelajaran. Namun demikian, hasil dari *Mann-Whitney U Test* dan ANCOVA menunjukkan bahwa H_1 ditolak, menandakan bahwa edukasi pengetahuan perpajakan tidak memberikan efek yang signifikan secara statistik pada perilaku kepatuhan pajak Gen Z, karena Gen Z telah memiliki pemahaman dasar tentang perpajakan, meskipun kurang mendalam yang komprehensif. Hasil Pendidikan dengan video pendek tidak secara konsisten melampaui pembelajaran tradisional. Video singkat yang diberikan tidak cukup kuat mengubah norma

subjektif Gen Z yang skeptis terhadap pemerintah. Hasil penelitian ini didukung oleh temuan Sumule & Erawati (2023), yang menjelaskan bahwa kecenderungan wajib pajak potensial untuk menunjukkan kepatuhan tidak semata-mata ditentukan oleh tingkat pengetahuan pajak yang diperoleh. Sebaliknya, hasil tersebut berbeda dengan temuan Dewi & Supadmi (2024), yang menunjukkan edukasi perpajakan berdampak positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak.

Edukasi perpajakan melalui video singkat dengan durasi 10 menit menunjukkan belum mampu mengubah sikap gen Z, yang rasional dan adaptif terhadap teknologi. Video singkat yang diberikan gagal mengubah norma subjektif karena Gen Z prefer belajar secara mandiri. Secara praktis, hasil ini menunjukkan pentingnya integrasi edukasi perpajakan dalam kurikulum Pendidikan tinggi, khususnya melalui konten digital yang menarik bagi Gen Z sebagai *digital natives*. Hal tersebut juga dapat membantu Direktorat Jenderal Pajak dalam meningkatkan rasio perpajakan pada tahun selanjutnya, dengan memanfaatkan *platform* media sosial, seperti Tiktok.

Hasil uji *Wilcoxon* dan *N-Gain* menunjukkan bahwa moral Gen Z responsif dan relatif kuat. Namun, hasil *Mann-Whitney U Test* dan ANCOVA menunjukkan bahwa H_2 ditolak, menandakan bahwa moral pajak tidak memberikan dampak yang signifikan secara statistik pada kepatuhan pajak Gen Z, karena prinsip-prinsip moral tersebut dikompromikan oleh ketidakpercayaan yang berlaku terhadap lembaga pemerintah. Kelompok kontrol menunjukkan lebih unggul karena efek maturase alami dari media sosial, bukti bahwa moral internal Gen Z kuat tetapi butuh *trust* eksternal untuk beraksi. Hasil penelitian didukung

oleh temuan Astuti et al. (2025), yang menegaskan bahwa moral pajak tidak memberikan pengaruh pada perilaku kepatuhan pajak. Pada dasarnya Gen Z memiliki moral pajak yang baik. Hal tersebut ditunjukkan pada kenaikan nilai *pre-test* ke *post-test*, namun tidak cukup kuat untuk memengaruhi kepatuhan perpajakan secara signifikan. Selain itu, *platform* media sosial yang biasa digunakan oleh Gen Z cenderung menyebarkan berita palsu, yang berpotensi merusak moral pajak (Syadat et al., 2022).

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Oktaviani & Kurniawati, (2026) yang menyatakan bahwa edukasi perpajakan dan moral pajak tidak secara signifikan mempengaruhi perilaku kepatuhan pajak Gen Z. Fenomena tersebut dapat dikaitkan dengan meningkatnya rasa moral pajak yang tidak selalu diikuti oleh tindakan nyata dalam memenuhi kewajiban perpajakan, pemahaman yang tidak memadai tentang kerangka perpajakan, minimnya pengalaman langsung sebagai wajib pajak, berkurangnya akuntabilitas terhadap tanggung jawab pajak diantara calon wajib pajak, serta ketidakcukupan edukasi perpajakan yang diberikan kepada calon wajib pajak, yang belum secara efektif menjangkau seluruh calon wajib pajak. Beberapa faktor eksternal juga dapat merusak moral pajak yang dimiliki individu seperti tidak adanya transparansi dalam sistem pajak dan masih terdapat kasus penyalahgunaan otoritas di bidang perpajakan.

Secara praktis, upaya dalam meningkatkan moral pajak Gen Z memerlukan pendekatan, karena hal tersebut sangat penting untuk memperkuat reformasi pajak nasional, mengingat Gen Z akan menjadi mayoritas wajib pajak di masa depan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan *tax morale theory*, yang

menyatakan bahwa moral pajak sebagai motivasi internal dapat mendorong kepatuhan sukarela tanpa adanya paksaan eksternal. Secara keseluruhan, kerangka teoritis kepatuhan pajak menunjukkan tingkat koherensi yang signifikan, karena menggabungkan unsur-unsur pengetahuan, moral, dan faktor eksternal, termasuk norma sosial. Nilai *post-test* kelompok kontrol lebih tinggi, yang menandakan Gen Z lebih responsif terhadap belajar mandiri dari media sosial daripada edukasi video singkat. Kepatuhan perpajakan tidak hanya dari pengetahuan formal, melainkan juga dari faktor eksternal seperti pengawasan digital DJP atau normal sosial. Gen Z membutuhkan edukasi interaktif dan transparansi agar faktor normatifnya aktif sepenuhnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa edukasi pengetahuan perpajakan dan moral pajak melalui video singkat tidak menghasilkan perbedaan dalam kepatuhan pajak yang signifikan pada Gen Z dibandingkan dengan kelompok kontrol yang menerima pembelajaran tradisional, yang dibuktikan dengan hasil uji *Mann-Whitney U* dan ANCOVA. Meskipun terdapat peningkatan internal yang signifikan pada kedua kelompok, kelompok kontrol menunjukkan performa lebih baik, yang mengindikasikan efek *maturation* dan *self-learning* Gen Z yang kuat sebagai *digital natives*. Hasil penelitian ini menolak hipotesis H_1 dan H_2 , yang artinya edukasi pengetahuan perpajakan dan moral pajak tidak pengaruh terhadap kepatuhan pajak Gen Z. Peningkatan pengetahuan perpajakan dan moral pajak perlu dilakukan, karena Gen Z diharapkan dapat mendukung peningkatan rasio kepatuhan pajak nasional secara berkelanjutan.

SARAN

Menurut kesimpulan di atas, saran yang dapat diberikan kepada Direktorat Jenderal Pajak dapat membangun strategi jangka Panjang yang mengintegrasikan Pendidikan perpajakan ke dalam kurikulum Pendidikan formal sejak dini dan juga disarankan dapat memanfaatkan *platform* media sosial, seperti Tiktok untuk menyampaikan konten edukasi terkait perpajakan. Kepada pemerintah juga dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas penggunaan dana pajak yang bertujuan untuk menguatkan moral pajak Gen Z. Bagi peneliti selanjutnya dapat membuat edukasi yang lebih kreatif dan memperluas sampel penelitian, seperti menggunakan *freelancer* Gen Z sebagai sampel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, N. K. P. D., Verawati, Y., & Rustiarini, N. W. (2025). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak , Sanksi Perpajakan , Pengetahuan Perpajakan , Kualitas Pelayanan , Dan Kewajiban Moral Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Samsat Kabupaten Klungkung. *Jurnal Kharisma*, 7(1), 156–170.
- Badan Pusat Statistik. (2024a). *Statistical Yearbook Of Indonesia 2024*.
- Badan Pusat Statistik. (2024b). *Statistik Pemuda Indonesia 2024* (Vol. 22).
- Dewi, I. L. N., & Supadmi, N. L. (2024). Pengaruh Moral Pajak , Pengetahuan Perpajakan , Dan Sosialisasi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Badan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 632–645.
- Erina, L., Saptawan, A., & Martina. (2024). *Moral Pajak Masyarakat Indonesia Dan Faktor-Faktor Pemicunya*.
- Hakimatunnisa, A., Izzah, S., Fatonah, Pratiwi, D. A., & Saadah, N. (2025). Peran Relawan Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Edukasi Pengetahuan Pajak Dan Sanksi Perpajakan Di Kpp Demak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 579–587. <https://doi.org/10.59837/Jpmba.V3i3.2260>
- Heriana, K. M. A., & Irawan, F. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Potensi Kepatuhan Pajak Pada Mahasiswa Akuntansi Di Universitas Pulau Jawa. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 11(2), 271–296. <https://doi.org/10.25105/V11i2.21103>
- Lempoy, G. M. M. B., Tampanguma, M. Y., & Simbala, Y. (2025). Analisis Hukum Terhadap Dampak Reformasi Pajak Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Kota Manado. *Jurnal Fakultas Hukum Unsrat*, 15(1).
- Lukmawati, P. P., Halawa, I. M. D., Rahmadi, S., & Linawati. (2024). Edukasi Pajak Dan Literasi Keuangan : Kunci Meningkatkan Kesadaran Pajak Di Kalangan Generasi Muda. *Peshum : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 1076–1088.
- Oktaviani, N., & Kurniawati, L. (2026). Pengaruh Tax Morale , Kesadaran Pajak Dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Calon Wajib Pajak Generasi Z. *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 9(1), 117–126. <https://doi.org/https://doi.org/1>

- 0.57178/Atestasi.V9i1.2150
Pratiwi, S. C. T., & Rahmiati, A. (2025). Persepsi Generasi Z Terhadap Penggelapan Pajak Dimoderasi Sosial Media. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 9(2), 597–608. <https://doi.org/10.29303/Jaa.V9i2.607>
- Qona'ah, S., Nuridah, S., & Rahwana, R. (2023). Pengaruh Edukasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Melaporkan Spt Tahunan Pajak Penghasilan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 6691–6703. <https://j-innovative.org/index.php/innovative>
- Sumule, K. A., & Erawati, T. (2023). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Pajak, Dan Tax Morale Terhadap Niat Untuk Patuh Calon Wajib Pajak. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe)*, 11(3), 273–280. <https://doi.org/10.26740/jupe.v11n3.p273280>
- Syadat, F. A., Kusyeni, R., & Fauziah, E. (2022). Analisis Efektivitas Edukasi Perpajakan Bagi Generasi Milenial Melalui Media Sosial Instagram Dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak (Studi Kasus Di Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Barat II). *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 9(1), 70–81.
- Tarigan, K., Lydia, E., & Iskandar, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Jakarta Pusat Pada Era Pandemi Dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi*, 14(1), 56–70. <https://doi.org/10.28932/jam.v14i1.4566>