

Peran *Artificial Intelligence* dalam Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce: Literasi Digital sebagai mediator

Puji Rahayu^{1*}, Imarotus Suaidah²

Universitas Islam Kadiri, Universitas Islam Kadiri

pujirahayu@uniska-kediri.ac.id, imarotus@uniska-kediri.ac.id

*Corresponding Author

Diajukan : 18 September 2024

Disetujui : 8 Nopember 2024

Dipublikasi : 1 Januari 2025

ABSTRACT

In Indonesia, the development of AI technology is very rapid. This technology has been used by various sectors, one of which is the taxation sector. Even though AI has been implemented in the tax system, the use of this technology has not been maximized due to limited digital literacy among MSMEs, especially e-commerce taxpayers. The purpose of this study is to determine the effect of artificial intelligence in the taxation aspect on tax compliance with digital literacy as a mediator. The population of this study was all MSME actors who make sales through e-commerce in Kediri. The sampling technique used non-probability using the voluntary sampling method, the number of samples used was 64 respondents. The data obtained was then processed using SmartPLS software. The results of this study indicate that AI-based tax services and E-commerce Tax have an influence on digital literacy. While literasi digital also has a relationship with compliance, AI-based tax services and E-commerce Tax have no relationship with compliance. Based on the results of the path coefficient analysis, it is known that there is an indirect influence of AI-based tax services and E-commerce Tax on taxpayer compliance through literasi digital. This study concludes that while AI-based tax services and E-commerce Tax do not directly influence taxpayer compliance, they play a crucial role in enhancing digital literacy, which in turn positively impacts compliance. Therefore, improving taxpayer digital literacy through AI-driven tax education could be a key strategy to foster greater compliance among MSME actors.

Keywords: *Pelayanan Fiskus, e-commerce, Artificial Intelligence, Literasi digital, Kepatuhan*

PENDAHULUAN

Teknologi *Artificial Intelligence* (AI) di Indonesia berkembang dengan sangat pesat serta memberikan dampak positif di beberapa sektor, salah satunya yaitu sektor perpajakan. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menggunakan AI sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan, khususnya wajib pajak e-commerce yang dewasa ini semakin menjamur di Indonesia

Kota Kediri merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam menjalankan bisnis mereka memanfaatkan platform e-commerce. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kediri tercatat sebanyak 9.553 UMKM yang terdaftar (DINAS KOPERASI USAHA KECIL DAN MENENGAH, 2024). Namun, hanya 2.998 UMKM yang memiliki NPWP dan sebagian kecil yang telah memenuhi kewajiban perpajakannya secara penuh, terbukti hanya 1.686 UMKM yang melaporkan SPT Tahunan. Meskipun DJP telah menyediakan berbagai layanan berbasis AI untuk mempermudah menyampaikan pelaporan pajak (Firmansah & Rahayu, 2020). Namun, masih rendah tingkat kepatuhan pajak di kalangan pelaku UMKM, khususnya yang menggunakan e-commerce. Hal ini

menunjukkan adanya kesenjangan antara adopsi teknologi yang tersedia dengan tingkat kepatuhan perpajakan yang diharapkan.

Kepatuhan perpajakan yang rendah pada kalangan UMKM di Kediri sebagian besar disebabkan karena pemahaman yang kurang tentang kewajiban perpajakan, terutama di sektor e-commerce. Meskipun AI telah diterapkan dalam sistem perpajakan, pemanfaatan teknologi tersebut belum maksimal karena keterbatasan literasi digital di kalangan pelaku UMKM, khususnya wajib pajak e-commerce. Literasi digital yang rendah menghambat kemampuan pelaku usaha dalam mengakses dan memahami layanan berbasis AI yang disediakan oleh DJP.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada mengeksplorasi bagaimana literasi digital dapat berperan sebagai mediator antara penerapan AI dan kepatuhan pajak, khususnya bagi UMKM yang menjalankan usahanya menggunakan e-commerce di Kediri. Literasi digital menjadi elemen penting untuk memastikan bahwa teknologi AI yang disediakan benar-benar digunakan secara efektif oleh wajib pajak. Meningkatnya transaksi e-commerce menjadi alasan pemerintah dalam meningkatkan penerimaan pajak e-commerce. Namun, pengenaan pajak *e-commerce* masih mengalami kendala terkait kepatuhan dari pelaku *e-commerce* tersebut (Wahyuni et al., 2023). Hal ini disebabkan oleh sebagian besar pelaku *e-commerce* belum mengetahui adanya peraturan terbaru tentang perpajakan maupun pelayanan perpajakan berbasis AI. Perlu adanya literasi perpajakan sebagai solusi masalah ini (Wijayanti, 2020).

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan AI pada aspek perpajakan mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Lubis et al., (2023) mengidentifikasi hadirnya e-filing memudahkan wajib pajak dalam melaporkan kewajibannya, yang pada akhirnya meningkatkan kepatuhan. Hanum & Mulyawan, (2024) menegaskan bahwa pembayaran pajak lebih mudah menggunakan teknologi seperti e-billing, sehingga berkontribusi pada peningkatan kepatuhan. Larasati & Hartika, (2023) maupun Sinuhaji et al., (2024) sama – sama menyatakan bila pelayanan fiskus yang menggunakan AI memiliki dampak pada kepatuhan wajib pajak. Namun, studi-studi tersebut umumnya hanya berfokus pada adopsi teknologi dan kualitas pelayanan, tanpa memperhitungkan bagaimana literasi digital wajib pajak dapat mempengaruhi efektivitas penggunaan teknologi tersebut, khususnya di kalangan UMKM yang beroperasi melalui e-commerce.

Berdasarkan permasalahan dan gap penelitian yang telah diidentifikasi, tujuan penelitian ini yaitu mengkaji pengaruh peran AI pada aspek perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce di Kediri, dengan literasi digital sebagai mediator. Harapannya hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana literasi digital dapat memfasilitasi pemanfaatan AI untuk meningkatkan kepatuhan pajak. Technology Acceptance Model (TAM) digunakan sebagai landasan teoretis, yang menjelaskan bahwa adopsi teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan. Dalam konteks ini, literasi digital diperkirakan memainkan peran penting dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi AI secara optimal, sehingga wajib pajak e-commerce kepatuhannya dalam memenuhi kewajiban perpajakan bisa meningkat. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperluas aplikasi TAM melalui penambahan literasi digital sebagai mediator, serta kontribusi praktis dengan memberikan rekomendasi kepada DJP dan pemerintah daerah untuk meningkatkan program literasi digital bagi pelaku UMKM, guna memaksimalkan penggunaan teknologi perpajakan berbasis AI dan meningkatkan kepatuhan pajak.

STUDI LITERATUR

Artificial Intelligence pada Aspek Perpajakan

Artificial Intelligence (AI) merupakan kecanggihan teknologi dalam memprediksi masa depan dan memahami masa lalu dengan data yang sangat besar (Yu et al., 2019). Hanum & Mulyawan, (2024) menyatakan jika AI merupakan salah satu sub bidang ilmu yang mempelajari konsep perhitungan yang cerdas. Cabang ilmu AI meliputi *Robotic Proses Automation (RPA)*, *Machine Learning (ML)*, *Expert System*, *Speech Understanding*, Sistem Cerdas Tiruan, *Vision*, dan bahasa alami seperti aslinya karena memiliki kecerdasan dengan ketajaman dalam berpikir (Soeprajitno, 2019). Adapun penerapan AI pada aspek perpajakan terdiri dari : a) Berdasarkan Pelayanan Fiskus yaitu *Machine Learning* atau *ML*, *Chatbot*, *Internet of Things* atau *IoT* (*Barcode* pada faktur pajak), *Blockchain (Model Tax Digital)*, *Natural Language Processing (NLP)*; b) berdasarkan objek pajak yaitu

transaksi *e-commerce* (semua transaksi yang dikenakan PPN, PPh 21, PPh Pasal 4 (2); c) berdasarkan subjek pajak yaitu pengguna AI (Rahayu, 2024). Membayar pajak menggunakan e-billing jauh lebih fleksibel, serta melaporkan pajak melalui aplikasi e-filling lebih mudah, praktis, efektif, efisien dan terjaga kerahasiaannya (Rahayu, 2019). Menurut Dike & Worugji, (2020) pemerintah negara Nigeria dalam meningkatkan kepercayaan wajib pajak memanfaatkan AI untuk menyelesaikan permasalahan pajak berganda dan data wajib pajak. Bahkan masih ada permainan pajak yang muncul meskipun AI memulihkan kebijakan pajak dan meningkatkan kesejahteraan sosial secara substansial (Zheng et al., 2022).

Kepatuhan Pajak

Kepatuhan pajak yaitu upaya memenuhi kewajiban perpajakan dengan membayar pajak sebagai kontribusi untuk membiayai pengeluaran negara demi pembangunan bangsa (Sitorus & Suciati, 2020). Menurut Krisbiyantara et al., (2024) dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak, DJP menyediakan layanan seperti : e-filling, e-form, e-bupot, e-billing, dan e-faktur. Hadirnya e-filling merubah perilaku wajib pajak dalam melaporkan SPT Tahunan karena lebih mudah dan cepat (Lubis et al., 2023). Menurut Ikhsan, Bawono, and Mustofa (2020) tindakan *tax evasion* dapat menurun dengan adanya modernisasi layanan perpajakan. Sejak terbitnya PMK No. 210/PMK. 010/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce), (2018) pendapatan dari bisnis online mulai dikenakan pajak.

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model yang selanjutnya disebut TAM merupakan salah satu teori adaptasi dari TRA (*Theory of Reasoned Action*) teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980 dan diusulkan oleh Davis pada tahun 1989. TRA merupakan sebuah teori yang menjelaskan perilaku yang dilakukan karena individu tersebut mempunyai kemauan atau niat untuk melakukan terkait kegiatan yang akan dilakukan atas kemauan sendiri. TAM menjelaskan suatu hubungan sebab akibat antara suatu keyakinan serta perilaku, keperluan dan pengguna suatu sistem informasi. Pada model TAM tingkat penerimaan penggunaan TI ditentukan oleh lima konstruk yaitu, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, sikap dalam menggunakan, perilaku untuk tetap menggunakan, dan kondisi nyata penggunaan sistem (Santi & Erdani, 2021)

Literasi Digital

Literasi Digital yaitu keahlian dalam memahami sesuatu hal yang didapat dari piranti digital (Syafriah, 2023). Adapun indikator pengukuran untuk *Literasi digital* yaitu *Culture*, *Cognitive*, *constructive*, *communicative*, *confident*, *creativity*, *critical*, dan *civic* (Rahayu et al., 2022). Adanya literasi digital pelaku UMKM dapat meningkatkan usahanya melalui penjualan dengan *e-commerce* serta meningkatkan pengetahuan tentang bisnis maupun kewajiban perpajakan (Prasetyo & Utomo, 2023).

Pengembangan Hipotesis

Pelayanan Fiskus berbasis AI terhadap literasi digital

Pelayanan fiskus berbasis AI merujuk pada penggunaan teknologi canggih oleh otoritas perpajakan untuk meningkatkan efisiensi, kecepatan, dan akurasi dalam melayani wajib pajak. Teknologi ini mempermudah berbagai proses perpajakan, seperti pelaporan pajak, pembayaran, serta konsultasi perpajakan secara otomatis dan real-time (Swastiko & Fauzi, 2023). AI memberikan layanan 24 jam yang memungkinkan wajib pajak mengakses informasi dan bimbingan kapan saja tanpa batasan waktu, meningkatkan kenyamanan dan efisiensi proses perpajakan (Rahayu, 2024). Sebagian besar wajib pajak e-commerce kurang memahami cara kerja pelayanan ini, perlu adanya literasi digital agar pemanfaatan layanan berbasis AI ini bisa optimal. Oleh karena itu, dapat dihipotesiskan bahwa :

HI: Pelayanan fiskus berbasis AI memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak

Pajak e-commerce berpengaruh terhadap literasi digital

Wajib Pajak e-commerce kurang memahami peraturan terbaru karena peraturan perpajakan e-

commerce terus berubah(Sitorus & Suciati, 2020). Semakin banyak peraturan tentang pajak e-commerce maka semakin meningkat pula literasi pajak (Erdi & Astuti, 2023). Oleh karena itu, dapat dihipotesiskan bahwa :

H2: Pajak e-commerce berpengaruh terhadap literasi digital

Literasi digital berpengaruh terhadap kepatuhan

DJP memanfaatkan AI sebagai media pelayanannya kepada wajib pajak. Upaya pelayanan yang dilakukan oleh DJP berupa edukasi perpajakan berbasis digital atau literasi digital, sehingga wajib pajak lebih mudah memahami(Darmian, 2021). Semakin tinggi literasi digital wajib pajak maka semakin tinggi pula kepatuhan pajak (Lasmono & Urumsah, 2022). Oleh karena itu, dapat dihipotesiskan bahwa :

H3: Literasi digital berpengaruh terhadap kepatuhan

Pelayanan fiskus berpengaruh terhadap kepatuhan

Pelayanan fiskus seperti e-filing mampu meningkatkan kepatuhan(Rahayu, 2016). Hal ini menunjukkan jika wajib pajak mendapatkan pelayanan yang baik, nyaman, mudah dan tepat, mereka merasa puas dan senang, sehingga meningkat pula kepatuhannya(Paot, 2022). Maka, dapat dihipotesiskan bahwa :

H4: Pelayanan fiskus berpengaruh terhadap kepatuhan

Pajak e-commerce berpengaruh terhadap kepatuhan

Kepatuhan wajib pajak e-commerce dipengaruhi oleh pengenaan pajak e-commerce. Semakin banyak orang yang tahu tentang pajak e-commerce, semakin tinggi kepatuhan wajib pajak e-commerce(Wahyuni et al., 2023). Oleh karena itu, dapat dihipotesiskan bahwa :

H5: Pajak e-commerce berpengaruh terhadap kepatuhan

Pelayanan fiskus berbasis AI berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce melalui literasi digital

Pelayanan fiskus berbasis AI dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak pengguna *e-commerce* melalui teknologi informasi atau literasi digital (Yuliani et al., 2023). Adanya konsep pelayanan pajak berbasis AI agar dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak(Darmian, 2021)

H6: Pelayanan fiskus berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak melalui literasi digital

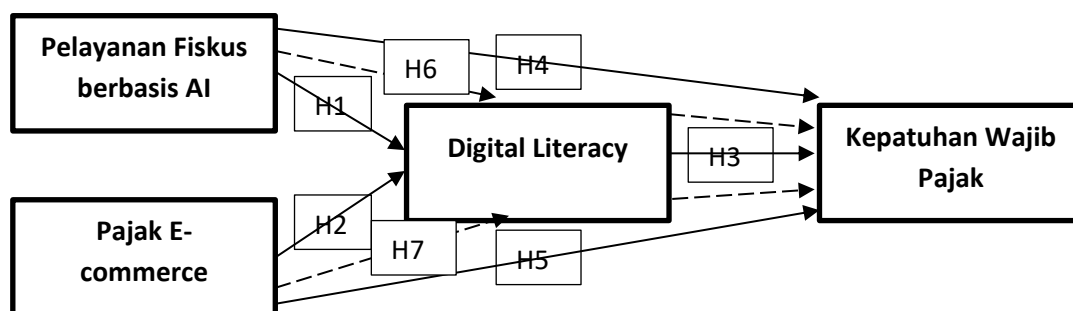
Pajak e-commerce berpengaruh terhadap kepatuhan melalui literasi digital

Kepatuhan wajib pajak e-commerce dapat meningkat bila didukung literasi digital tentang aspek pajak e-commerce (Prebawa & Kusuma, 2022). Oleh karena itu, dapat ditarik hipotesis :

H7: Pajak e-commerce berpengaruh terhadap kepatuhan melalui literasi digital

Kerangka Pikir

Berikut tersaji pada gambar 1 tentang kerangka berfikir dari pengaruh artificial intelligence pada aspek perpajakan terhadap kepatuhan pajak dengan literasi digital sebagai mediator :



Gambar 1 : Kerangka Pikir

METODE

Penelitian ini dilakukan pada pelaku UMKM yang memanfaatkan *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak di Kediri. Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data berupa data primer yaitu hasil jawaban kuisisioner. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang ditulis pada google form, kemudian dibagikan melalui chat pada akun pelaku *e-commerce* yang ada di Kediri. Seluruh pelaku UMKM yang melakukan penjualan melalui *e-commerce* di Kediri merupakan populasi. peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan memberikan kuesioner kepada pelaku *e-commerce* yang berlokasi di Kediri melalui chat pada akun yang ada di *platform e-commerce*. Sedangkan, purposive sampling sebagai teknik pengambilan sampel. Teknik ini mempertimbangkan kriteria dalam populasi. (Sugiyono, 2019). Jadi, sampel penelitian terdiri dari 64 responden. Setiap variabel penelitian diukur dengan beberapa indikator, berikut:

Tabel 1 : Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
Pelayanan Fiskus Berbasis AI (X1)	Pelayanan yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Pajak kepada setiap wajib pajak dalam rangka membantu wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajaknya. Fiskus adalah petugas pajak. Sedangkan AI merupakan kecerdasan buatan. Jadi pelayanan fiskus berbasis AI adalah kegiatan petugas pajak dalam membantu, mengurus serta mempersiapkan hal-hal yang dibutuhkan oleh wajib pajak dengan memanfaatkan kecerdasan buatan. (Anggitasari & Purwantini, 2023)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kenyamanan online portal 2. <i>Digital tax system</i> (e-filling, e-billing, e-spt, e-faktur, dll) 3. Keamanan data 4. Kenyamanan pelayanan virtual (chatbot, livechat, kringpajak, dll) 5. Kepastian hukum (sanksi administratif atau sanksi pidana) (Melando & Waluyo, 2015)
Pajak E-Commerce (X2)	Pemungutan pajak terkait transaksi sistem elektronik seperti pada platform marketplace maupun <i>e-commerce</i> (PMK No. 210/PMK. 010/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce), 2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pajak Penghasilan 2. Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah atas transaksi <i>E-Commerce</i>.(Yoganingsih & Husadha, 2021)
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Pemenuhan kewajiban perpajakan oleh wajib pajak sesuai ketentuan yang ada, yang artinya wajib pajak dapat memenuhi persyaratan yang telah ditentukan serta mengetahui jatuh tempo pembayaran pajak.(Ilza et al., 2023)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendaftarkan diri dan memiliki NPWP 2. Menghitung dan membayar pajak terutang 3. Melaporkan SPT dengan jujur, lengkap, dan benar sesuai ketentuan dan menyampaikannya ke KPP tepat waktu. (Sitorus & Suciati, 2020)
Literasi digital (Z)	Suatu kemampuan dalam memahami informasi yang telah diperoleh dari berbagai media digital. (Rahayu et al., 2022)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Culture</i> 2. <i>Cognitif</i> 3. <i>Confident</i> 4. <i>Creativity</i> 5. <i>Critical</i> 6. <i>Civic</i>. (Rahayu et al., 2022)

Data yang diperoleh kemudian diolah dengan teknik analisa data SEM-PLS. Teknik analisa data ini digunakan untuk mengukur hubungan antar variabel dengan lebih baik. (Solimun et al., 2017).

HASIL

Analisis Model Pengukuran

Uji validitas konvergen menilai *loading factor* untuk setiap indikator. Suatu indikator dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik atau sudah valid jika nilai *outer loading* masing-masing indikator >0,70(Hair, Joseph F., 2014)

Tabel 2 Hasil Convergen Validity

Variabel	Instrumen	Outer Loading	Keterangan
X1 (Pelayanan Fiskus)	PF_1	0,897	Valid
	PF_2	0,784	Valid
	PF_3	0,716	Valid
	PF_4	0,843	Valid
	PF_5	0,917	Valid
X2 (Pajak E-Commerce)	PE_1	0,889	Valid
	PE_2	0,913	Valid
	PE_3	0,814	Valid
Y (Kepatuhan)	KWP_1	0,958	Valid
	KWP_2	0,881	Valid
	KWP_3	0,976	Valid
Z (Literasi digital)	DL_1	0,707	Valid
	DL_2	0,920	Valid
	DL_3	0,917	Valid
	DL_4	0,935	Valid
	DL_5	0,783	Valid
	DL_6	0,929	Valid

Sumber: Output SEM-PLS, 2024

Tabel diatas menunjukkan semua indikator model (*outer loading*) memiliki nilai > 0,7 yang artinya bahwa semua konstruk dapat diterima. Penelitian ini bisa dilanjutkan untuk pengujian lebih lanjut. (Hair, Joseph F., 2014)

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Diskriminan Actual – Fornell and Larcker Criterion

	<i>Literasi digital</i>	Kepatuhan	Pajak E-commerce	Pelayanan
<i>Literasi digital</i>	0,926			
Kepatuhan	0,870	0,939		
Pajak	0,866	0,834	0,873	
Pelayanan	0,835	0,860	0,839	0,898

Sumber: Output SEM-PLS, 2024

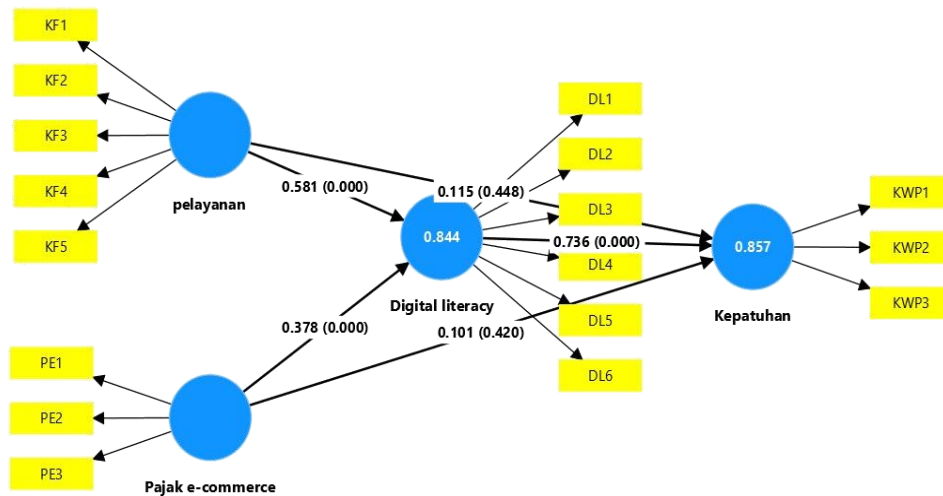
Seperti yang ditunjukkan oleh Tabel 3, nilai akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk lebih besar dari pada korelasi konstruk dengan variabel lain. Hal ini menunjukkan bahwa syarat variabel laten terpenuhi.

Tabel 4 Hasil Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Variabel	Composite reliability	Cronbach's alpha	Keterangan
Pelayanan Fiskus (X1)	0,919	0,890	Reliabel
Pajak E-commerce (X2)	0,906	0,845	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,957	0,933	Reliabel
Literasi digital (Z)	0,949	0,933	Reliabel

Sumber : Output SEM-PLS, 2024

Tabel 4 menunjukkan nilai composite reliability diatas 0,70. Memiliki arti responden secara konsisten mampu menjawab pertanyaan dan memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Nilai Cronbach's alpha juga diatas 0,70 dapat diartikan bahwa reliabilitas semua variabel baik.



Gambar 2 : Analisis Model Struktural (Inner Model)

Sumber : Output SEM-PLS, 2024

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan teknik analisa data SEM-PLS dengan Smart PLS sub sample 5000. Sub sample 5000 berguna untuk meningkatkan keakuratan dalam pengujian model menggunakan bootstrapping (Hair, Joseph F., 2014)

Pengaruh Langsung

Pengujian hipotesis, jika nilai t-statistik > 1,96 dan nilai P-value < 0,05 maka antar variabel memiliki hubungan yang signifikan (Hair, Joseph F., 2014). Berikut hasil analisis pengaruh langsung:

Tabel 5 Hasil Analisis Path Coefficients

Hipotesis	Hubungan Variabel	Nilai Path Coefficients	T-Statistics	P-Value	Kesimpulan
H1	Pelayanan → literasi digital	0,581	5,467	0,000	Pelayanan fiskus berbasis AI memiliki hubungan terhadap literasi digital
H2	Pajak e-commerce → literasi digital	0,378	3,485	0,000	Pajak e-commerce memiliki hubungan terhadap literasi digital
H3	Literasi digital → kepatuhan	0,736	3,944	0,000	Literasi digital memiliki hubungan terhadap kepatuhan
H4	Pelayanan fiskus → kepatuhan	0,115	0,759	0,448	Pelayanan fiskus tidak memiliki hubungan terhadap kepatuhan
H5	Pajak e-commerce → kepatuhan	0,101	0,806	0,420	Pajak e-commerce tidak memiliki hubungan terhadap kepatuhan

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan data tabel 5 diketahui bahwa pelayanan fiskus berbasis AI memiliki pengaruh positif terhadap literasi digital karena nilai P-Value < 0,005. Hasil tersebut menunjukkan bahwa

semakin baik pelayanan fiskus berbasis AI maka semakin baik pula literasi digital wajib pajak untuk mengetahui kewajiban perpajakannya. Demikian juga pajak *e-commerce* memiliki pengaruh terhadap *literasi digital* karena nilai P-Value < 0,005. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan memenuhi kewajiban pajak *e-commerce* maka semakin baik pula kemampuan *literasi digital* nya. Hasil pengujian selanjutnya menunjukkan bahwa *literasi digital* memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan karena nilai P-Value < 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik *literasi digital* wajib pajak akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Namun, hasil lainnya menunjukkan bahwa pelayanan fiskus tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, karena nilai P-Value > 0,005. Ini menunjukkan bahwa meskipun pelayanan fiskus semakin baik, hal tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Demikian juga pajak *e-commerce* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak karena nilai P-Value > 0,005. Demikian juga, pajak *e-commerce* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, karena nilai P-Value > 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pajak *e-commerce* tidak secara signifikan memengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan mereka.

Pengaruh tidak langsung

Pengaruh tidak langsung terjadi ketika sebuah variabel eksogen mempengaruhi variabel endogen melalui peran variabel mediator (variabel perantara). Dalam konteks penelitian ini, variabel perantara memainkan peran penting dalam menjelaskan hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen yang tidak dapat diungkapkan secara langsung. Berikut ini adalah hasil dari analisis pengaruh tidak langsung dalam penelitian ini:

Tabel 6 Hasil Analisis Path Coefficient

Hipotesis	Hubungan Variabel	Nilai Path Coefficients	T-Statistics	P-Value	Kesimpulan
H6	Pelayanan fiskus → Literasi digital → Kepatuhan	0,427	3,039	0,002	Adanya pengaruh tidak langsung pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak melalui literasi digital
H7	Pajak e-commerce → Literasi digital → Kepatuhan	0,278	2,779	0,005	Adanya pengaruh tidak langsung pajak e-commerce terhadap kepatuhan melalui literasi digital

Sumber : data diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian H6 diatas dapat terlihat jika nilai P-value sebesar 0,005 < 0,05 yang berarti adanya pengaruh tidak langsung pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak melalui literasi digital. Demikian juga H7 menunjukkan nilai P-Value sebesar 0,002 < 0,05 yang berarti adanya pengaruh tidak langsung pajak *e-commerce* terhadap kepatuhan wajib pajak melalui literasi digital.

PEMBAHASAN

Pelayanan Fiskus berbasis AI terhadap literasi digital

Adanya pengaruh pelayanan fiskus berbasis AI terhadap literasi digital. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H1 diterima. Semakin baik pelayanan fiskus berbasis AI maka semakin baik pula literasi digital. Disampaikan juga oleh Darmian (2021) hasil pelayanan digital berpengaruh positif terhadap literasi digital.

Pajak e-commerce terhadap literasi digital

Pajak *e-commerce* memiliki pengaruh terhadap literasi digital. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H2 diterima. Semakin baik kemampuan wajib pajak UMKM dalam literasi digital maka

semakin mudah pula memahami tentang kewajiban pajak *e-commerce*. Serupa dengan Leonardo & Tjen, (2020) kurang maksimalnya penerimaan pajak dalam transaksi *e-commerce* disebabkan oleh kurangnya literasi digital.

Literasi digital terhadap kepatuhan

Literasi digital memiliki pengaruh terhadap kepatuhan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H3 diterima. Semakin baik literasi digital, semakin meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan literasi digital memiliki pengaruh yang positif terhadap kepatuhan (Sinuhaji et al., 2024)

Pelayanan fiskus terhadap kepatuhan

Pelayanan fiskus berbasis AI tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H4 ditolak. Sebaik apapun pelayanan fiskus berbasis AI maka tidak mampu mempengaruhi wajib pajak untuk patuh karena wajib pajak tidak mampu menggunakan fasilitas yang telah disediakan oleh DJP sebagai pelayanan yang memanfaatkan AI secara optimal. Sejalan dengan Anggitasari & Purwanti, (2023) yang menyatakan pelayanan fiskus tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini membantah pernyataan jika pelayanan fiskus memiliki pengaruh pada kepatuhan (Melando & Waluyo, 2015), dan kualitas pelayanan pajak memiliki dampak secara parsial pada kepatuhan wajib pajak (Iiza et al., 2023).

Pajak e-commerce terhadap kepatuhan

Pajak *e-commerce* tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini menunjukan jika H5 ditolak. Berapapun tarif pajak *e-commerce* maka tidak berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Hal ini dikarenakan wajib pajak *e-commerce* akan tetap mematuhi peraturan perpajakan dan membayar pajak berapapun tarifnya. Hal ini berbanding terbalik dengan Sitorus & Suciati, (2020) yang menyatakan jika pajak *e-commerce* memiliki pengaruh terhadap kepatuhan.

Pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak melalui literasi digital

Adanya pengaruh tidak langsung pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak melalui literasi digital. Kesimpulannya H6 diterima. Literasi digital yang tinggi, maka secara tidak langsung wajib pajak *e-commerce* mampu mengoperasikan pelayanan fiskus berbasis AI seperti *e-filling* dan *e-billing*, sehingga meningkatkan kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Demikian pula Firmansah & Rahayu, (2020) menyatakan pelayanan fiskus dengan bantuan AI memudahkan wajib pajak melaksanakan kewajiban perpajakan. Demikian pula Darmian, (2021) menyatakan upaya pelayanan digital yang dilakukan oleh DJP berupa pelayanan untuk memudahkan wajib pajak melaporkan maupun edukasi perpajakan secara digital.

Pajak e-commerce terhadap kepatuhan melalui literasi digital

Adanya pengaruh tidak langsung pajak *e-commerce* terhadap kepatuhan wajib pajak melalui literasi digital. Kesimpulannya H7 diterima. Semakin tinggi literasi digital, maka secara tidak langsung semakin tinggi pula kemampuan wajib pajak dalam memahami dan mengetahui tentang pengenaan pajak *e-commerce*, hal ini berpengaruh terhadap meningkatnya kepatuhan wajib pajak *e-commerce*. Sejalan dengan Yuliani et al., (2023) menunjukan bahwa semakin tinggi pengetahuan dan pemahaman wajib pajak maka tingkat kepatuhannya semakin tinggi pula. Demikian pula yang disampaikan oleh Yoganingsih & Husadha, (2021) menurutnya kebijakan tentang pajak *e-commerce* di Indonesia sangat sederhana dibandingkan negara lain, namun kurangnya literasi perpajakan membuat rendahnya kepatuhan wajib pajak.

KESIMPULAN

Hasil dari analisis yang telah dilakukan, bahwa melalui pelayanan fiskus berbasis AI dan Pajak *E-commerce* memiliki hubungan terhadap literasi digital. Selain itu, literasi digital juga memiliki hubungan terhadap kepatuhan pajak. Akan tetapi pelayanan fiskus berbasis AI dan Pajak *e-commerce* tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan. Namun, adanya pengaruh tidak langsung pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak melalui literasi digital. Bila literasi digital tinggi, maka secara tidak langsung wajib pajak *e-commerce* mampu mengoperasikan pelayanan fiskus berbasis AI, agar tercipta kepatuhan wajib pajak *e-commerce* yang meningkat. Adanya pengaruh tidak langsung pajak *e-commerce* terhadap kepatuhan wajib pajak melalui literasi digital. Bila literasi

digital tinggi, maka secara tidak langsung wajib pajak akan mendapatkan pemahaman dan pengetahuan tentang pajak e-commerce, hal ini berpengaruh terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak e-commerce dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Penelitian Prodi Akuntansi Universitas Islam Kadiri, mengucapkan terima kasih pada LPPM Universitas Islam Kadiri yang telah berkontribusi atas dana penelitian yang diberikan, serta bagi pihak-pihak yang mendukung dan berkontribusi terhadap publikasi penelitian ini semoga mendapat limpahan rizky yang berkah.

REFERENSI

- Anggitasari, F., & Purwantini, H. A. (2023). Pengaruh Spiritualitas, Money Ethic, Sosialisasi Pajak, Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. *Pengaruh Spiritualitas, Money Ethic, Sosialisasi Pajak, Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm*, 3(1), 22–43.
- Darmian, N. (2021). Optimalisasi Edukasi Perpajakan Melalui Konten Digital Sebagai Upaya Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak. *LITERA: Jurnal Literasi Akuntansi*, 1(1), 75–82. <https://doi.org/10.55587/jla.v1i1.1>
- DINAS KOPERASI USAHA KECIL DAN MENENGAH. (2024). *Kinerja Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Tenaga Kerja*. Satu Data Kediri Kota. https://satudata.kedirikota.go.id/data_dasar/index/168-kinerja-dinas-koperasi-usaha-mikro-dan-tenaga-kerja?id_skpd=9
- Erdi, T. W., & Astuti, R. P. (2023). Literasi Perpajakan, Kesadaran Perpajakan, dan Kepatuhan Pajak Kendaraan Bermotor Dengan Financial Technology Sebagai Mediator. *E-Jurnal Akuntansi*, 33(10), 2686–2699. <https://doi.org/10.24843/eja.2023.v33.i10.p11>
- Firmansah, B., & Rahayu, N. (2020). Analisis Kesiapan Otoritas Pajak dalam Pemajakan atas Ekonomi Digital. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 5(1), 13. <https://doi.org/10.26740/jpsi.v5n1.p13-22>
- Hair, Joseph F., et al. (2014). *Multivariate Data Analysis (7th Edition)*. Pearson Education Limited.
- Hanum, Z., & Mulyawan, M. I. (2024). Pengaruh Penerapan E-Billing dan E-Filing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pemahaman Perpajakan Sebagai Variabel Moderating. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 8(2), 1255–1267. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.2066>
- Iiza, A. N., Linawati, L., & Sugeng, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak, Sanksi Perpajakan, dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 8(3), 63–72. <https://doi.org/10.29407/jae.v8i3.20948>
- Ikhsan, A. Y. K., Bawono, I. R., & Mustofa, R. M. (2020). Effect Of Tax Justice, Tax System, Technology And Information, And Discrimination Of Personal Perspection Of Personal Tax Mandatory About Tax Ethics. *JAK (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi*, 8(1), 76–90. <https://doi.org/10.30656/jak.v8i1.2441>
- PMK No. 210/PMK. 010/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce), 1 (2018). <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2018/210~PMK.010~2018Per.pdf>
- Krisbiyantara, Y., Dura, J., & Bukhori, M. (2024). Dampak E-Tax System dan Konsultan Pajak Terhadap Kepatuhan dengan Kepuasan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Owner: Accounting Research & Journal*, 8(4), 4582–4595. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/owner.v8i4.2435>
- Larasati, A. Y., & Hartika, W. (2023). Pengaruh Pelayanan Fiskus, Pemahaman Pajak dan Preferensi Risiko Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 15(1), 128–138. <https://doi.org/10.28932/jam.v15i1.6337>
- Lasmono, E., & Urumsah, D. (2022). Model konseptual determinan kepatuhan pajak transaksi online para pelaku usaha mikro kecil dan menengah. *NCAF: Proceeding of National Conference On Accounting Finance*, 4, 323–330. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol4.art40>
- Leonardo, P., & Tjen, C. (2020). Application of Taxation on Transactions E-Commerce on the

- Marketplace Platform. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 8(1), 45–54. <https://doi.org/10.17509/jpak.v8i1.17248>
- Lubis, N. H., Harmain, H., & Nurwani. (2023). Pengaruh Penerapan E- Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Menyampaikan SPT Tahunan Dengan Kepuasan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 23(2), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/15539> ABSTRACT
- Melando, N., & Waluyo. (2015). Pengaruh Pelayanan Fiskus, Persepsi Atas Efektivitas Sistem Perpajakan, Pengetahuan Pajak, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Ultima Accounting*, 5(2), 17–37.
- Muvidah, A. R., & Andriani, S. (2022). Pengaruh pengetahuan dan digitalisasi perpajakan terhadap voluntary tax compliance di mediasi kepercayaan pada industri kecil menengah Jawa Timur. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 5084–5093. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1776>
- Paot, N. B. (2022). Kepercayaan Publik, Kualitas Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Di Daerah Bantul). *DECISION: Jurnal Sosial Ekonomi Bisnis*, 2(1), 27–37. <https://doi.org/10.55587/jseb.v2i1.33>
- Prasetyo, M. T. D., & Utomo, S. H. (2023). Pengaruh Ekonomi Digital Platform Digital dan Pemasaran Digital Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Go Online di Kota Kediri. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 23(1), 129–145. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v23i1.12094>
- Prebawa, P. A. W., & Kusuma, I. G. K. C. B. A. (2022). Pajak Penghasilan Orang Pribadi Pelaku E-Commerce Di Singaraja. *JURNAL PAJAK INDONESIA (Indonesian Tax Review)*, 6(2S), 488–502. <https://doi.org/10.31092/jpi.v6i2s.1867>
- Rahayu, P. (2016). Pengaruh Penerapan Aplikasi Electronic Filling (E-Filling) Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dalam Melaporkan SPT Tahunan (Studi Kasus pada Penyampaian SPT Tahunan Dosen, Karyawan, dan Mahasiswa Universitas Islam Kediri, Kediri). *Jurnal Cendekia Akuntansi*, 4(2), 22–31. <http://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/CendekiaAkuntansi/article/download/284/220>
- Rahayu, P. (2019). *Perpajakan Disesuaikan dengan Peraturan Perpajakan Terbaru* (J. Susyanti (ed.)). Indomedia Pustaka.
- Rahayu, P. (2024). The impact of artificial intelligence on Taxation Aspect: A Qualitative Study. *InFestasi*, 20(1), 38–53. <https://doi.org/10.1007/BF01891720>
- Rahayu, P., Suaidah, I., & Wardani, Z. D. (2022). Mampukah Digital Literacy Memengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi Akuntansi Berbasis Smartphone Bagi UMKM? *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 5(2), 173–188. <https://doi.org/10.35138/organum.v5i2.307>
- Santi, I. H., & Erdani, B. (2021). *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)*. Penerbit NEM.
- Sinuhaji, V. L., Purba, H., & Hutapea, J. Y. (2024). Pengaruh Digitalisasi Perpajakan Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Variabel Moderasi. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(4), 6974–6990. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Sitorus, R. R., & Suciati, L. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Dan E-Commerce Terhadap Kepatuhan Wajib Dengan Internal Control Sebagai Variabel Moderating. *Media Akuntansi Perpajakan*, 5(1), 32–44. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MAP>
- Soeprajitno, R. R. W. N. (2019). POTENSI ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) MENERBITKAN OPINI AUDITOR ? *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 4(1). <https://doi.org/10.31093/jraba.v4i1.142>
- Solimun, Fernandes, A. A. R., & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. UB Press.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Swastiko, L., & Fauzi, A. (2023). Implementasi teknologi chatbot pada contact center kring pajak 1500200: dampak terhadap kapasitas layanan. *JAMAN: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 111–120. <https://doi.org/https://doi.org/10.56127/jaman.v3i1.664>

- Syafril, H. (2023). *Literasi Digital*. Nas Media Pustaka.
- Wahyuni, S. D., Fahiraningtyas, E. D., & Rahayu, P. (2023). Tax Imposition Treatment on E-Commerce Business Enterprises in Indonesia. *Proceeding Medan International Conference Economics and Business*, 1(January), 1549–1555. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/miceb.v1i0.261>
- Wijayanti, D. M. (2020). Pajak Digital Potensi Dan Tantangan Bagi Penerimaan Negara. *Jurnal Optimum*, 10(1), 74–83. Pajak Digital Potensi Dan Tantangan Bagi Penerimaan Negara
- Yoganingsih, T., & Husadha, C. (2021). Eksistensi Pajak E-Commerce. *Jurnal Buana Akuntansi*, 6(1), 83–96. <https://doi.org/10.36805/akuntansi.v6i1.1384>
- Yu, H., Yang, X., Zheng, S., & Sun, C. (2019). Active learning from imbalanced data: A solution of online weighted extreme learning machine. *IEEE Transactions on Neural Networks and Learning Systems*, 30(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.1109/TNNLS.2018.2855446>
- Yuliani, I. D., Suriyanti, L. H., & Azhari, I. P. (2023). The Influence Of Taxpayer Knowledge, Taxpayer Awareness, Information Technology On Taxpayer Compliance With E-Commerce Users. *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 7(3), 649–656. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/BILANCIA/index>