

THE 'SLIPPERY SLOPE FRAMEWORK' APPROACH: FEARS AND CARES THAT AFFECT VOLUNTARY TAX COMPLIANCE

PENDEKATAN 'SLIPPERY SLOPE FRAMEWORK': KETAKUTAN DAN KEPEDULIAN YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN PAJAK SUKARELA

¹Uswatun Khasanah

¹uswatunkhasanah20@gmail.com

²Ali Tofan

²alitifan.ak@gmail.com

³Nur Mufarokhah

³nurmufarokhah71@gmail.com

⁴Zainab

⁴zainab@stienugresik.ac.id

⁵Rezza Vitriya

⁵rezzavitriya@stienugresik.ac.id

^{1,2,3,4,5}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi NU Trate Gresik

Abstract

We conducted research on the role of tax audits, rewards, and tax socialization on voluntary tax compliance. Referring to the theory of taxpayer behavior 'slippery slope theory' which predicts tax compliance behavior at KPP Pratama Kepanjen. This study uses a fear approach that is reflected in tax audits and a caring approach that is reflected in rewards and tax socialization. The results of the study show that voluntary tax compliance will increase if taxpayers have the possibility to conduct a tax audit from the authority. Different results are shown by rewards that have no effect on voluntary tax compliance. Meanwhile, tax socialization can increase voluntary tax compliance.

Keywords: *Slippery Slope Framework, Voluntary Tax Compliance, Tax Audit, Rewards, Tax Socialization*

Abstrak

Peneliti melakukan penelitian tentang peran pemeriksaan pajak, *rewards*, dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan pajak sukarela. Mengacu pada teori perilaku wajib pajak '*slippery slope theory*' yang memprediksi perilaku kepatuhan pajak di KPP Pratama Kepanjen. Penelitian ini menggunakan pendekatan ketakutan yang dicerminkan pada pemeriksaan pajak dan pendekatan kepedulian yang dicerminkan dengan *rewards* serta sosialisasi pajak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan pajak sukarela akan semakin meningkat jika wajib pajak memiliki kemungkinan untuk dilakukan pemeriksaan pajak dari otoritas. Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh *rewards* yang tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak sukarela. Sedangkan sosialisasi perpajakan dapat meningkatkan kepatuhan pajak sukarela.

Kata Kunci: *slippery slope framework, kepatuhan pajak sukarela, pemeriksaan pajak, rewards, sosialisasi pajak*

PENDAHULUAN

Otoritas perpajakan di Indonesia sejak tahun 2015 yang lalu mulai menunjukkan keaktifannya dalam melakukan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat Indonesia untuk membayar pajak. Salah satu kegiatan yang paling menarik perhatian masyarakat adalah pengampunan pajak. Pengampunan pajak dilakukan untuk memenuhi target Direktorat Jenderal Pajak (DJP) yang memiliki target dalam pemenuhan anggaran pendapatan negara lebih dari 70% komposisi APBN (KEMENKEU RI, 2023). Beban pajak tersebut adalah salah satu indikasi bahwa pajak mulai menjadi pilar utama pendapatan negara.

Teori *slippery slope* menjelaskan kepatuhan pajak dengan menggabungkan variabel ekonomi dengan variabel psikologi sosial. Penelitian terdahulu mengenai kepatuhan pajak cenderung menggunakan variabel ekonomi (Olsen et al., 2018; Siglé et al., 2018), sedangkan

dalam pengembangannya terdapat variabel psikologis yang mempengaruhi kepatuhan pajak (Kirchler et al., 2008). (Kirchler et al., 2008) menjelaskan bahwa kepatuhan pajak sukarela dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor ekonomi dan faktor psikologis. Faktor ekonomi berkaitan dengan kewenangan yang dimiliki oleh otoritas pajak, sedangkan faktor psikologis berkaitan dengan kepercayaan pembayar pajak.

(Gangl et al., 2015, 2020) melakukan penelitian eksperimen dengan menggunakan kewenangan koersif, legitimasi dan kepercayaan . Hasil yang ditemukan oleh (Chan et al., 2023; Gangl et al., 2020) bahwa kepercayaan dapat meningkatkan dan menurunkan pengaruh kewenangan koersif dan legitimasi dalam kondisi kepatuhan pajak sukarela. Penelitian tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kirchler et al., 2008; Kirchler & Wahl, 2010) di Austria yang menjelaskan bahwa kewenangan dan kepercayaan memiliki dinamika satu dengan yang lain akan tetapi penelitian ini belum menjelaskan secara lebih rinci tentang dinamika yang terjadi.

Reward merupakan kewenangan koersif positif. (Batrancea et al., 2019; Chan et al., 2023; Gangl et al., 2020) menjelaskan jika reward merupakan kewenangan koersif positif karena otoritas menghargai pembayar pajak yang telah patuh. Reward dipilih sebagai variabel kewenangan koersif karena peneliti ingin mengetahui sejauh mana otoritas pajak di Indonesia menghargai pembayar pajak yang telah merelakan sebagian dari penghasilannya untuk membayar pajak.

Selain itu, menghargai pembayar pajak adalah salah satu kewenangan yang dapat digunakan untuk meyakinkan para pembayar pajak bahwa perilaku patuh terhadap pajak merupakan tindakan yang tepat (Chan et al., 2023; Gangl et al., 2020). Penelitian yang dilakukan oleh (Indriana et al., 2020; Nur et al., 2020) dengan menggunakan previllage tax mencoba melakukan pengujian terhadap kepatuhan pajak menemukan bahwa previllage tax dapat meningkatkan kepatuhan pajak.

Penelitian (Leder et al., 2010a; Lewis et al., 2009) mencoba melakukan pengujian sosialisasi pajak dengan menggunakan media masa terhadap kepatuhan pajak yang menemukan bahwa sosialisasi pajak dengan menggunakan media masa mampu meningkatkan kepatuhan pajak jika dilakukan pada waktu yang tepat. Penelitian lainnya yang mencoba menguji sosialisasi pajak terhadap kepatuhan pajak dilakukan oleh (Faisol & Chamalinda, 2022) menemukan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak di KPP Pratama kota Semarang barat. (Rahayu, 2019) menemukan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak.

Laporan Tahunan DJP tahun 2015 juga menjelaskan tentang Rencana Strategis Kementerian Keuangan tahun 2015-2019 (KEMENKEU RI, 2023) adalah optimalisasi penerimaan negara dan reformasi administrasi perpajakan. Tujuan pemerintah yaitu ingin meningkatkan penerimaan dari sektor perpajakan dengan meningkatkan kepatuhan pajak. Untuk mencapai tujuan tersebut, DJP telah memiliki arah kebijakan tahun 2015 – 2019 yang dijelaskan pada tabel 1.2 berikut :

Tabel 1. Rencana Strategis Pemerintah

No.	Tahun	Rencana strategis
1	2015	Pembinaan pembayar pajak
2	2016	Penegakan hukum pajak
3	2017	Rekonsiliasi pajak
4	2018	Melakukan sinergi pada instansi pemerintah, Lembaga, Asosiasi, dan Pihak lain (ILAP)
5	2019	Kemandirian APBN

Sumber: (KEMENKEU RI, 2023)

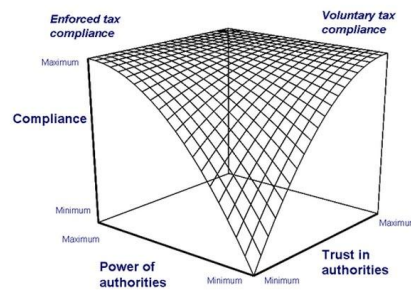
Rincian kegiatan yang akan dilakukan pemerintah tersebut menunjukkan bahwa pemerintah serius untuk meningkatkan kepatuhan pajak. Usaha yang dilakukan pemerintah saat ini akan membawa hasil dalam jangka panjang apabila pemerintah juga meningkatkan kepercayaan pembayar pajak kepada otoritas pajak.

Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian (Gangl et al., 2015) dengan mereduksi variabel dependen menjadi hanya kepatuhan pajak sukarela. Reduksi dilakukan karena peneliti ingin fokus pada kepatuhan pajak sukarela yang lebih konsisten untuk patuh, selain itu sepengetahuan peneliti bahwa penelitian terdahulu tentang kepatuhan pajak sukarela masih belum banyak diteliti terutama di Indonesia.

Slippery Slope Theory

Teori *slippery slope* merupakan salah satu teori yang terkini dalam kepatuhan pajak yang dijelaskan oleh (Kirchler et al., 2008). Teori ini menggabungkan faktor deterrence yang selama ini digunakan untuk penelitian kepatuhan pajak jika dilihat dalam paradigma ekonomi dengan variabel psikologi sosial. Dalam teori ini dijelaskan bahwa terdapat dua jenis kepatuhan pajak, yaitu pertama, Kepatuhan pajak sukarela yang cenderung dipengaruhi oleh variabel psikologi sosial, dan Kedua, Kepatuhan pajak dengan terpaksa yang cenderung dipengaruhi oleh variabel ekonomi.

Gambar 1. *Slippery Slope Framework*



Gambar 1 adalah grafik kepatuhan pajak menurut teori *slippery slope* yang dijelaskan oleh (Kirchler et al., 2008). “Gambar 1 menjelaskan tentang perbedaan proporsi kekuatan dan kepercayaan pajak pada kepatuhan pajak sukarela dan kepatuhan pajak yang dilakukan dengan terpaksa. Kepatuhan pajak dengan terpaksa cenderung banyak dipengaruhi oleh kekuatan yang dimiliki oleh otoritas sehingga akan meningkatkan kepatuhan pajak. Akan tetapi, kepatuhan pajak ini memiliki kelemahan karena kekuatan otoritas pajak harus selalu kuat dan hal ini juga berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan otoritas untuk melakukan pemeriksaan pajak, sosialisasi, dan lain lain. Kepatuhan pajak dengan terpaksa akan melemah apabila terdapat kekuatan otoritas pajak yang memiliki kelemahan. (Gangl et al., 2015) Hal tersebut berbeda dengan kepatuhan pajak sukarela yang lebih dipengaruhi oleh kepercayaan pajak. Apabila kepercayaan pajak di masyarakat meningkat, maka kepatuhan pajak akan semakin meningkat tanpa memerlukan biaya yang dikeluarkan otoritas untuk melakukan pemeriksaan pajak dan sosialisasi pajak. Kepatuhan pajak sukarela juga akan bertahan dalam jangka waktu lebih lama apabila otoritas pajak memelihara kepercayaan pajak yang dimiliki oleh pembayar pajak.

Pengaruh *Audit possibility* terhadap kepatuhan pajak sukarela

Pemeriksaan pajak merupakan salah satu variabel kewenangan koersif yang dimiliki oleh otoritas pajak. Kewenangan koersif digunakan untuk mempengaruhi (memaksa) pembayar pajak untuk patuh. Teori *slippery slope* menjelaskan bahwa kepatuhan pajak sukarela dipengaruhi oleh kewenangan (koersif dan legitimasi) yang dimiliki oleh otoritas pajak (Kirchler et al., 2008; Kirchler & Wahl, 2010). Kewenangan koersif merupakan kewenangan

yang digunakan otoritas pajak untuk memaksa pembayar pajak untuk patuh terhadap peraturan perpajakan.

Pemeriksaan pajak adalah deterrence faktor yang merupakan bagian dari kewenangan koersif bersifat negatif. Kekuatan koersif negatif menunjukkan bahwa terdapat ketidakpercayaan otoritas kepada pembayar pajak sehingga pembayar pajak perlu dilakukan pemeriksaan (Gangl et al., 2020). Dijelaskan dalam artikel (Chan et al., 2023) bahwa *Audit possibility* dapat mempengaruhi kepatuhan pajak sukarela karena pembayar pajak cenderung memilih untuk patuh daripada terbukti melaporkan pajak yang tidak sesuai sehingga harus menempuh jalur hukum.

Berdasarkan argumentasi teori *slippery slope* dengan didukung oleh teori bureaucracy reform diatas dapat disimpulkan bahwa *Audit possibility* dapat mempengaruhi kepatuhan pajak sukarela apabila pemeriksaan dilakukan secara efektif, efisien dan tepat sasaran. Oleh karena itu, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Audit possibility* berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak sukarela.

Pengaruh *reward* terhadap kepatuhan pajak sukarela

Reward merupakan salah satu variabel kewenangan koersif dalam teori *slippery slope*. Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa Teori *slippery slope* ini menjelaskan tentang kepatuhan pajak sukarela yang dipengaruhi oleh kewenangan yang dimiliki oleh otoritas pajak (Kirchler et al., 2008; Kirchler & Wahl, 2010). *Reward* merupakan bagian dari kewenangan koersif yang bersifat positif karena *reward* menunjukkan bahwa terdapat kepercayaan otoritas kepada pembayar pajak sehingga pembayar pajak perlu diberikan penghargaan atas kepatuhan pajak yang telah dilakukan (Gangl et al., 2015, 2020).

Teori *slippery slope* juga menjelaskan bahwa *reward* dapat meningkatkan kualitas hubungan antara otoritas dan pembayar pajak karena pembayar pajak merasa dihargai oleh otoritas pajak. Selain itu, menghargai pembayar pajak adalah salah satu kewenangan untuk meyakinkan para pembayar pajak bahwa perilaku patuh terhadap pajak merupakan tindakan yang tepat (Gangl et al., 2015). *Reward* merupakan salah satu cara yang digunakan otoritas untuk menambah kepatuhan pajak masyarakat dengan membuat pembayar pajak tertarik untuk patuh. Dijelaskan dalam artikel (Gangl et al., 2015) bahwa *reward* dapat mempengaruhi kepatuhan pajak sukarela.

Berdasarkan argumentasi teori *slippery slope* diatas dapat disimpulkan bahwa *rewards* dalam bentuk *previlege* dan hadiah undian dapat mempengaruhi kepatuhan pajak sukarela. Oleh karena itu, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : *Rewards* berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak sukarela.

Pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan pajak sukarela

“Sosialisasi perpajakan merupakan bagian dari kewenangan yang dijelaskan dalam teori *slippery slope*. Teori *slippery slope* menjelaskan bahwa terdapat kewenangan legitimasi yang mempengaruhi kepatuhan pajak sukarela (Chan et al., 2023; Gangl et al., 2015; Kirchler et al., 2008). Kewenangan legitimasi merupakan salah satu kewenangan yang dimiliki oleh otoritas pajak untuk melakukan pendekatan terhadap pembayar pajak agar meningkatkan kepatuhan pajak.

(Gangl et al., 2015) menjelaskan bahwa kewenangan legitimasi dapat meningkatkan kepatuhan pajak sukarela apabila dilakukan dengan tepat sasaran. Kewenangan legitimasi ini dilakukan di Indonesia dalam bentuk sosialisasi pajak. Sosialisasi pajak yang dilakukan bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada pembayar pajak dan masyarakat Indonesia agar mengetahui dan mengerti mengenai perpajakan baik peraturan maupun tata cara perpajakan melalui metode yang tepat (Faisol & Chamalinda, 2022; Rahayu, 2019).

Sosialisasi pajak dapat dilakukan dengan berbagai bentuk melalui seminar perpajakan,

memasang iklan di ruang publik, dan pendekatan – pendekatan lain yang dapat dijangkau oleh pembayar pajak yang dituju.

Berdasarkan argumentasi teori *slippery slope* diatas dapat disimpulkan bahwa sosialisasi pajak dapat mempengaruhi kepatuhan pajak sukarela. Oleh karena itu, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak sukarela.

METODE

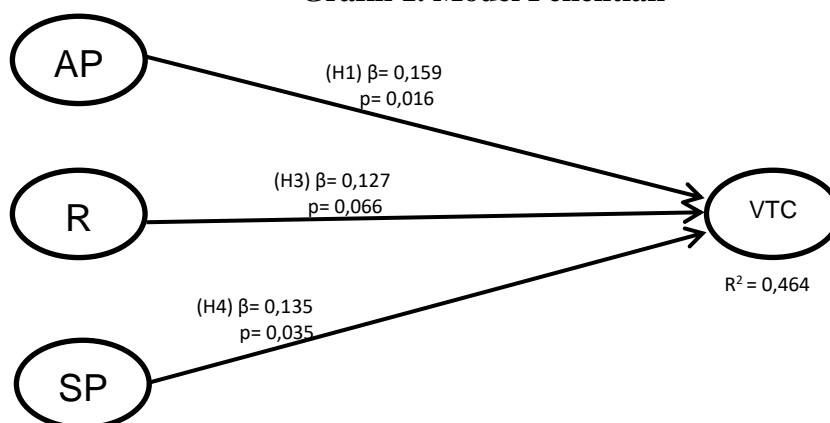
Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif yang digunakan untuk memprediksi faktor yang mempengaruhi kepatuhan pajak sukarela. Penelitian ini dilakukan di Direktorat Jenderal Pajak Indonesia dengan unit analisis Kanwil DJP Jawa Timur wilayah III. Pemilihan Kanwil DJP III karena prestasinya dengan keberhasilan pencapaian target pajak pada akhir tahun 2017. Penelitian ini dilakukan pada periode Januari – Juni 2018. Pada beberapa KPP yang dinaungi oleh Kanwil DJP Jawa Timur Wilayah III, hanya KPP Pratama Kapanen yang memberikan izin untuk melakukan penelitian.

Penelitian ini menggunakan data kuisisioner yang disebar dengan menggunakan *online* maupun *offline*. Analisis data untuk menguji hipotesis pada penelitian ini dengan menggunakan Structural Equation Modelling – Partial Least Square (SEM-PLS). Hasil penelitian ini sudah melalui serangkaian evaluasi model penelitian yang dilakukan dengan beberapa uji validitas dan reliabilitas data. Uji *pilot test* terhadap indikator yang digunakan dalam penelitian ini juga dilakukan penyebaran kuisisioner.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini sudah melalui serangkaian uji SEM-PLS yang berisikan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji model fit. Hasil effect size variabel penelitian dijelaskan sebagai berikut:

Grafik 1. Model Penelitian



Sumber: Data Pengolahan PLS.

Semua pengujian dalam penelitian ini menggunakan hipotesis one-tailed. Pengujian akan menggunakan nilai p murni karena WarpPLS 8.0 merupakan alat bantu statistik yang menghasilkan nilai p one-tailed (Huda et al., 2024; Khasanah, 2021; Khasanah et al., 2019, 2022; Kock, 2019; Roshidah & Khasanah, 2023; Sa'adah et al., 2024). Untuk pengujian hipotesis dengan efek moderasi tidak menggunakan arah (konsekuensi two-tailed) sehingga nilai p akan dikali dua (Babulu et al., 2024; Kock, 2019; Mufarokhah et al., 2024). Pengujian nilai p ditentukan bahwa jika signifikansi $p < 0,05$ maka hipotesis diterima, dan jika nilai $p > 0,05$ maka hipotesis ditolak.

Tabel 2. Hasil Uji hipotesis tanpa efek moderasi.

Hipotesis	Keterangan	Nilai koefisien	Nilai p	Kesimpulan
H1	AP → VTC	0,159	0,016*	Diterima
H2	RP → VTC	0,088	0,066*	Ditolak
H3	SP → VTC	0,127	0,044*	Diterima

* = *one-tailed*

** = *two-tailed*

Sumber: Data diolah.

Setelah mengetahui nilai signifikansi p, selanjutnya dilakukan pengujian efek untuk menentukan besar kecilnya pengaruh antara variabel endogen dan variabel eksogen. Dalam penelitian ini ukuran efek diukur dengan menggunakan kriteria yang diusulkan oleh Cohen dalam (Nokas et al., 2021; Sticca et al., 2023; Suryandani & Cholisah, 2022) yang menjelaskan tentang besar kecilnya efek dalam hal koefisien. Korelasi kriteria yang diusulkan oleh Cohen adalah sebagai berikut: pertama jika $d =$ sekitar 0,1 maka efek kecil, kedua jika $d =$ sekitar 0,3 maka efek sedang, ketiga jika $d =$ sekitar 0,5 maka efek besar. Berikut ini tabel pengujian ukuran efek dalam penelitian ini:

Tabel 3. Nilai *effect size* hasil penelitian.

Keterangan	Nilai <i>Effect size</i>
AP → VTC	0,34
RP → VTC	0,15
SP → VTC	0,17

Sumber: Data diolah

Pengaruh *Audit possibility* terhadap kepatuhan pajak sukarela

Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa *Audit possibility* berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak sukarela. Nilai koefisien 0,159 dalam penelitian ini menunjukkan nilai yang positif, artinya semakin tinggi *Audit possibility* maka kepatuhan pajak sukarela akan semakin meningkat. Nilai *effect size* menunjukkan bahwa pengaruh efek *Audit possibility* terhadap kepatuhan pajak sukarela sebesar 0,34. Hasil *effect size* tersebut menunjukkan bahwa *Audit possibility* memberikan pengaruh sedang dalam meningkatkan kepatuhan pajak sukarela. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian (Chan et al., 2023; Gangl et al., 2015, 2020; Khasanah et al., 2019; Kirchler et al., 2008; Olsen et al., 2018) yang memberikan bukti empiris bahwa semakin tinggi kemungkinan wajib pajak untuk diperiksa, maka wajib pajak akan semakin patuh secara sukarela.

Hasil penelitian ini mendukung teori *slippery slope* bahwa otoritas pajak dapat menggunakan kewenangan secara koersif untuk meningkatkan kepatuhan pajak sukarela. Dalam penelitian ini dijabarkan lebih detail mengenai kewenangan koersif negatif yaitu dengan menggunakan *Audit possibility*. Otoritas pajak dapat menggunakan kewenangannya untuk melakukan pemeriksaan pajak yang cenderung dihindari oleh pembayar pajak. Untuk wajib pajak yang telah berstatus PKP akan cenderung menghindari pemeriksaan pajak karena hal ini juga berkaitan dengan status PKP yang dimiliki. Berdasarkan (Undang Undang Ketentuan Umum Perpajakan Konsolidasi, 2023) dijelaskan bahwa status PKP wajib pajak badan dapat dicabut apabila saat pemeriksaan pajak ditemukan tindakan kecurangan dan akan diberikan sanksi secara materiil dan immateriil. Oleh karena itu, ketika *Audit possibility* meningkat, maka kepatuhan pajak sukarela akan meningkat.

Pengaruh *reward* terhadap kepatuhan pajak sukarela

Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa *reward* berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak sukarela. Nilai koefisien 0,127 dalam penelitian ini menunjukkan nilai yang positif, artinya semakin tinggi *Audit possibility* maka kepatuhan pajak sukarela akan semakin menurun. Nilai *effect size* menunjukkan bahwa pengaruh efek *reward* terhadap kepatuhan pajak sukarela sebesar 0,15. Hasil *effect size* tersebut menunjukkan bahwa *reward* memberikan pengaruh kecil dalam meningkatkan kepatuhan pajak sukarela. Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian (Fatas et al., 2021a; Fochmann & Kroll, 2016a; Indriana et al., 2020; Khasanah et al., 2019; Koessler et al., 2019; Nur et al., 2020) yang memberikan bukti empiris bahwa semakin tinggi kemungkinan wajib pajak untuk diperiksa, maka wajib pajak akan semakin patuh secara sukarela.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Al-Karablieh et al., 2021; Boukis, 2024; Fatas et al., 2021a; Fochmann & Kroll, 2016a; Sokołowski et al., 2024; Zhang et al., 2024). (Fochmann & Kroll, 2016b) menjelaskan bahwa *rewards* tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak yang. Pada penelitian (Fochmann & Kroll, 2016b) dijelaskan bahwa pembayar pajak akan tetap membayarkan pajak dikarenakan kewajiban, sehingga ada atau tidaknya *rewards* pembayar pajak akan tetap melaporkan dan membayarkan pajaknya.

Penelitian (Fatas et al., 2021b) menjelaskan bahwa *rewards* yang diberikan oleh otoritas pajak tidak menarik atau tidak disosialisasikan dengan baik kepada pembayar pajak, sehingga pembayar pajak akan tetap membayarkan pajaknya dikarenakan memang sudah kewajiban untuk membayar pajak. Belum ada minat pembayar pajak untuk mendapatkan *rewards* yang diberikan oleh otoritas pajak.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Boukis, 2024) menjelaskan pada penelitiannya tentang hadiah yang diberikan melalui token atau tiket dengan kemungkinan kemenangan 1:100. Dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa pada 100 orang tersebut hadiah tidak berpengaruh terhadap sebuah game dikarenakan nominal besarnya hadiah dan kemungkinan kemenangan yang kecil.

Pada penelitian ini, setelah dilakukan penelitian lebih lanjut. *Rewards* yang diberikan oleh otoritas pajak dianggap kurang menarik oleh pembayar pajak. Karena kemenangan atau kemudahan yang diterima jika rutin membayar pajak hanya mempengaruhi sebagian kecil dari pembayar pajak. Bahkan pada beberapa pembayar pajak, mereka belum mengetahui tentang *rewards* yang diberikan oleh otoritas pajak.

Pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan pajak sukarela

Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa sosialisasi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak sukarela. Nilai koefisien 0,159 dalam penelitian ini menunjukkan nilai yang positif, artinya semakin tinggi sosialisasi pajak maka kepatuhan pajak sukarela akan semakin meningkat. Nilai *effect size* menunjukkan bahwa pengaruh efek sosialisasi pajak terhadap kepatuhan pajak sukarela sebesar 0,17. Hasil *effect size* tersebut menunjukkan bahwa sosialisasi pajak memberikan pengaruh sedang dalam meningkatkan kepatuhan pajak sukarela. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian (Faisal & Chamalinda, 2022; Leder et al., 2010a; Lewis et al., 2009; Onu & Oats, 2016) yang memberikan bukti empiris bahwa semakin tinggi kemungkinan wajib pajak untuk diperiksa, maka wajib pajak akan semakin patuh secara sukarela.

Hasil penelitian ini juga mendukung teori *slippery slope* bahwa otoritas pajak dapat menggunakan kewenangan secara legitimasi untuk meningkatkan kepatuhan pajak sukarela. Pendekatan dapat dilakukan dengan beragam cara, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sosialisasi secara tidak langsung dilakukan melalui media masa, contohnya televisi, baliho, radio, talkshow, dll (Leder et al., 2010b). Pendekatan ini dilakukan untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan peraturan terbaru atau kegiatan besar yang dilakukan oleh Dirjen Pajak. Sosialisasi melalui media masa seringkali didukung dengan melakukan

penyuluhan atau mengundang wajib pajak aktif yang berkaitan dengan peraturan tersebut (Rahman, 2023). Sosialisasi secara langsung digunakan untuk memberikan pengetahuan lebih terkait hal-hal yang boleh atau tidak, bisa atau tidak bisa, cara-cara yang berkaitan dengan peraturan pajak terbaru (Indriana et al., 2020).

SIMPULAN

Penelitian ini memberikan bukti bahwa pertama, *Audit possibility* dapat meningkatkan kepatuhan pajak sukarela karena semakin pembayar pajak itu mengetahui bahwa kemungkinan untuk dilakukan pemeriksaan pajak, semakin meningkat kepatuhan pajak sukarela salah satunya dengan semakin terbukanya laporan pembayaran pajak yang akan dilakukan. Kedua, *rewards* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan pajak sukarela. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *rewards* yang tidak signifikan besarnya atau hadiahnya serta tidak disosialisasikan dengan baik maka pembayar pajak tidak tertarik dengan *rewards* tersebut. Ketiga, sosialisasi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak sukarela meski hanya memberikan pengaruh dengan efek kecil.

Saran untuk penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel yang dapat mempengaruhi kepatuhan pajak sukarela atau untuk menggunakan obyek yang lebih luas agar terlihat pengaruhnya pada kepatuhan pajak sukarela di Indonesia untuk meningkatkan pajak dengan kepatuhan pajak sukarela.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Karablieh, Y., Koumanakos, E., & Stantcheva, S. (2021). Clearing the bar: Improving tax compliance for small firms through target setting. *Journal of International Economics*, 130, 103452. <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2021.103452>
- Babulu, N. L., Seran, S., & Ose, M. V. (2024). PENGARUH FAKTOR SOSIAL EKONOMI TERHADAP MINAT MENABUNG ORANG TUA PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM SWASTI SARI CABANG KEFAMENANU. *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(2), 184–191. <https://doi.org/10.32938/ie.v6i2.6920>
- Batrancea, L., Nichita, A., Olsen, J., Kogler, C., Kirchler, E., Hoelzl, E., Weiss, A., Torgler, B., Fooker, J., Fuller, J., Schaffner, M., Banuri, S., Hassanein, M., Alarcón-García, G., Aldemir, C., Apostol, O., Bank Weinberg, D., Batrancea, I., Belianin, A., ... Zukauskas, S. (2019). Trust and power as determinants of tax compliance across 44 nations. *Journal of Economic Psychology*, 74, 102191. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2019.102191>
- Boukis, A. (2024). The effect of tokenized rewards on customer loyalty programs. *Annals of Tourism Research*, 109, 103851. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103851>
- Chan, H. F., Gangl, K., Supriyadi, M. W., & Torgler, B. (2023). The effects of increased monitoring on high wealth individuals: Evidence from a quasi-natural experiment in Indonesia. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 215, 244–267. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2023.09.017>
- Faisol, I. A., & Chamalinda, K. N. L. (2022). Studi Kualitatif: Peran Tax Center terhadap Kepatuhan Perpajakan Orang Pribadi Saat Implementasi Regulasi Harmonisasi Peraturan Perpajakan. *Jurnal IAKP: Jurnal Inovasi Akuntansi Keuangan & Perpajakan*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.35314/iakp.v3i1.2436>
- Fatas, E., Nosenzo, D., Sefton, M., & Zizzo, D. J. (2021a). A self-funding reward mechanism for tax compliance. *Journal of Economic Psychology*, 86, 102421. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2021.102421>

- Fatas, E., Nosenzo, D., Sefton, M., & Zizzo, D. J. (2021b). A self-funding reward mechanism for tax compliance. *Journal of Economic Psychology*, 86, 102421. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2021.102421>
- Fochmann, M., & Kroll, E. B. (2016a). The effects of rewards on tax compliance decisions. *Journal of Economic Psychology*, 52, 38–55. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.09.009>
- Fochmann, M., & Kroll, E. B. (2016b). The effects of rewards on tax compliance decisions. *Journal of Economic Psychology*, 52, 38–55. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.09.009>
- Gangl, K., Hofmann, E., & Kirchler, E. (2015). Tax authorities' interaction with taxpayers: A conception of compliance in social dilemmas by power and trust. *New Ideas in Psychology*, 37, 13–23. <https://doi.org/10.1016/j.newideapsych.2014.12.001>
- Gangl, K., van Dijk, W. W., van Dijk, E., & Hofmann, E. (2020). Building versus maintaining a perceived confidence-based tax climate: Experimental evidence. *Journal of Economic Psychology*, 81, 102310. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2020.102310>
- Huda, N., Baso, B., Aziz, S., & Manane, D. R. (2024). THE INFLUENCE OF THE INDUSTRIAL REVOLUTION 4.0 ON EMPLOYEE PERFORMANCE IN NORTH CENTRAL TIMOR REGENCY WITH COMPETENCE AS A MEDIATION VARIABLE. *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(2), 113–121. <https://doi.org/10.32938/ie.v5i4.7195>
- Indriana, M., Norsain, N., & Faisol, Moh. (2020). Tarif Pajak UMKM 0,5% : Reward Or Punishment? *InFestasi*, 16(1), 88–100. <https://doi.org/10.21107/infestasi.v16i1.6986>
- KEMENKEU RI. (2023). *Laporan Kinerja Direktorat PA Tahun 2023*. <https://djpb.kemenkeu.go.id/direktorat/pa/id/data-publikasi/berita-terbaru/2926-laporan-kinerja-direktorat-pa-tahun-2023.html>
- Khasanah, U. (2021). Laba Memprediksi Arus Kas Masa Depan Lebih baik Dibandingkan Arus Kas (Signalling Theory Study Before Pandemic Era). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 6(2), 115–125. Retrieved from <http://journal.stienugresik.ac.id/index.php/jek/article/view/66>
- Khasanah, U., Samsi, N., Choiri, C., & Zainab, Z. (2022). SIGNALLING THEORY STUDY: PREDICT FUTURE CASH FLOWS WITH EARNINGS AND CASHFLOWS IN CONSUMER GOODS INDUSTRIES BEFORE PANDEMIC ERA. *Die*, 13(2), 166–174. <https://doi.org/10.30996/die.v13i2.7298>
- Khasanah, U., T, S., & Mardiaty, E. (2019). Coercive Authority and Trust in Tax Authority in Influencing Voluntary Tax Compliance: A Study of Slippery Slope. *Journal of Accounting and Investment*, 20(1). <https://doi.org/10.18196/jai.2001109>
- Kirchler, E., Hoelzl, E., & Wahl, I. (2008). Enforced versus voluntary tax compliance: The “slippery slope” framework. *Journal of Economic Psychology*, 29(2), 210–225. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2007.05.004>
- Kirchler, E., & Wahl, I. (2010). Tax compliance inventory TAX-I: Designing an inventory for surveys of tax compliance. *Journal of Economic Psychology*, 31(3), 331–346. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2010.01.002>
- Kock, N. (2019). Factor-Based Structural Equation Modeling with Warppls. *Australasian Marketing Journal*, 27(1), 57–63. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2019.02.002>

- Koessler, A.-K., Torgler, B., Feld, L. P., & Frey, B. S. (2019). Commitment to pay taxes: Results from field and laboratory experiments. *European Economic Review*, *115*, 78–98. <https://doi.org/10.1016/j.eurocorev.2019.02.006>
- Leder, S., Mannetti, L., Hölzl, E., & Kirchler, E. (2010a). Regulatory fit effects on perceived fiscal exchange and tax compliance. *The Journal of Socio-Economics*, *39*(2), 271–277. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2009.12.003>
- Leder, S., Mannetti, L., Hölzl, E., & Kirchler, E. (2010b). Regulatory fit effects on perceived fiscal exchange and tax compliance. *The Journal of Socio-Economics*, *39*(2), 271–277. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2009.12.003>
- Lewis, A., Carrera, S., Cullis, J., & Jones, P. (2009). Individual, cognitive and cultural differences in tax compliance: UK and Italy compared. *Journal of Economic Psychology*, *30*(3), 431–445. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2008.11.002>
- Mufarokhah, N., Khasanah, U., & Aji, S. (2024). BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND CUSTOMER PERCEIVED VALUE TO INCREASE CONSUMER SATISFACTION AT THE BO5 PERFUME GROCERY STORE. *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, *6*(2), 168–176. <https://doi.org/10.32938/ie.v6i2.7181>
- Manane, D. R. (2021). ANALISIS KINERJA PAJAK DAERAH DARI ASPEK RASIO EFEKTIVITAS DAN RASIO PERTUMBUHAN DI KABUPATEN TIMOR TENGAH UTARA. *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, *3*(1), 24–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.32938/ie.v3i1>
- Nokas, A. E., Taolin, M. L., & Manek, A. (2021). PENGARUH BIAYA OPERASIONAL PER PENDAPATAN OPERASIONAL (BOPO), NON PERFORMING LOAN (NPL) DAN LOAN TO DEPOSIT RATIO (LDR) TERHADAP RETURN ON ASSET (ROA)(Studi Kasus Pada PT Bank Pembangunan Daerah Nusa Tenggara Timur). *Inspirasi Ekonomi Jurnal Ekonomi Manajemen*, *3*(4), 28–39. <https://doi.org/10.32938/ie.v3i4.1837>
- Nur, M., Masud, M., & Mursalim, M. (2020). Determinan Keputusan Rasional Menjadi Wajib Pajak Prioritas. *Journal of Accounting and Finance (JAF)*, *1*(1), 17–40. <https://doi.org/10.52103/jaf.v1i1.81>
- Olsen, J., Kasper, M., Enachescu, J., Benk, S., Budak, T., & Kirchler, E. (2018). Emotions and tax compliance among small business owners: An experimental survey. *International Review of Law and Economics*, *56*, 42–52. <https://doi.org/10.1016/j.irl.2018.05.004>
- Onu, D., & Oats, L. (2016). “Paying tax is part of life”: Social norms and social influence in tax communications. *Journal of Economic Behavior & Organization*, *124*, 29–42. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2015.11.017>
- Rahayu, D. P. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN SUKARELA WAJIB PAJAK. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, *8*(1), 17. <https://doi.org/10.30659/jai.8.1.17-25>
- Rahman, R. A. J. A. (2023). Analisis Kepatuhan Wajib Pajak Setelah Berlakunya Program Pengungkapan Sukarela di KPP Pratama Kudus. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, *5*(1), 28–33. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i1.277>
- Roshidah, I., & Khasanah, U. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING, BRAND LOYALTY, DAN PRODUCT INOVATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HERBAL PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA DI PONDOK PESANTREN MAMBA’UL IHSAN.

Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif, 8(02), 95–104.
<https://doi.org/10.59179/jek.v8i02.117>

- Sa'adah, L., Mayasaroh, S., & Murtiningtyas, T. (2024). ANALISIS AKUNTANSI PERSEDIAAN DAGANG BERDASARKAN PSAK No. 14. *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(2), 177–183. <https://doi.org/10.32938/ie.v6i2.7184>
- Siglé, M., Goslinga, S., Speklé, R., van der Hel, L., & Veldhuizen, R. (2018). Corporate tax compliance: Is a change towards trust-based tax strategies justified? *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 32, 3–16. <https://doi.org/10.1016/j.intaccudtax.2018.06.003>
- Sokołowski, A., Brown, J. A., Roy, A. R. K., Cryns, N., Scheffler, A., Hardy, E. G., Datta, S., Seeley, W. W., Sturm, V. E., Miller, B. L., Rosen, H. J., & Perry, D. C. (2024). Structural and functional correlates of olfactory reward processing in behavioral variant frontotemporal dementia. *Cortex*. <https://doi.org/10.1016/j.cortex.2024.09.011>
- Sticca, F., Goetz, T., Möller, J., Eberle, F., Murayma, K., & Shavelson, R. (2023). Same same but different: The role of subjective domain similarity in the longitudinal interplay among achievement and self-concept in multiple academic domains. *Learning and Individual Differences*, 102, 102270. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2023.102270>
- Suryandani, W., & Cholisah, I. N. (2022). LITERASI KEUANGAN, SIKAP KEUANGAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN UMKM DI KABUPATEN REMBANG. *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(4), 14–28. <https://doi.org/10.32938/ie.v4i4.3709>
- Undang Undang Ketentuan Umum Perpajakan Konsolidasi , Pub. L. No. 6, Undang Undang (2023).
- Zhang, Y., Lu, Y., Jin, H., Dong, Y., Du, C., & Shi, L. (2024). The impact of dynamic reward on cooperation in the spatial public goods game. *Chaos, Solitons & Fractals*, 187, 115456. <https://doi.org/10.1016/j.chaos.2024.115456>