

ANALISIS TAX KNOWLEDGE DAN LITERASI DIGITAL KEPADA KEPATUHAN WAJIB PAJAK AFFILIATE

Novita Aurelya Rahmadhani¹, Kafidin Muzakki²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

E-mail: 32423029.student@unusida.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini ingin mengeksplorasi bagaimana pengetahuan perpajakan dan literasi digital dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak yang tergabung dalam program *affiliate* di Desa Dukuh Tengah, Buduran, Sidoarjo, di tengah transisi ke Coretax 2026. Dengan paradigma metode kualitatif, menggunakan interpretatif fenomenologis Husserl, data dikumpul melalui triangulasi wawancara semi-terstruktur, pengamatan partisipatif, dan dokumen dari enam *affiliate* Shopee-TikTok usia 19-28 tahun. Hasil penelitian mengungkap variasi kepatuhan (40-90%): tax knowledge dasar (NPWP, PPh Final 0,5%) mendorong pelaporan SPT, sementara literasi digital terhambat koneksi internet dan kompleksitas *e-Filing*. Model KAP-TAM terintegrasi menjelaskan bahwa persepsi keuntungan (*perceived usefulness*) dan kesederhanaan (*ease of use*) sebagai pendorong utama. Kontribusi mencakup validasi teori untuk konteks pedesaan *gig economy*, rekomendasi sosialisasi DJP lokal, dan strategi tingkatkan target kepatuhan 81,92% untuk minimalkan kebocoran pajak UMKM digital.

Kata kunci: tax knowledge, literasi digital, kepatuhan wajib pajak, *affiliate marketing*

ABSTRACT

This study aims to explore how tax knowledge and digital literacy can influence the compliance of taxpayers participating in the affiliate program in Dukuh Tengah Village, Buduran, Sidoarjo, amid the transition to Coretax 2026. Using a qualitative methodological paradigm grounded in Husserl's interpretive phenomenology, data were collected through the triangulation of semi-structured interviews, participant observation, and documents from six Shopee-TikTok affiliates aged 19–28. The research findings reveal variations in compliance (40–90%): basic tax knowledge (NPWP, Final Income Tax at 0.5%) encourages tax return filing, while digital literacy is hindered by internet connectivity issues and the complexity of e-Filing. The integrated KAP-TAM model explains that perceived usefulness and ease of use are the primary drivers. Contributions include theoretical validation for the rural gig economy context, recommendations for local DGT outreach, and strategies to increase the compliance target to 81.92% to minimize tax leakage from digital MSMEs.

Keywords: tax knowledge, digital literacy, tax compliance, *affiliate marketing*

PENDAHULUAN

Pada tahun 2025 komisi non-elektronik akan meningkat hingga 4%, perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah mendorong peningkatan aktivitas marketing *affiliate*, yang merupakan metode di mana orang mempromosikan barang melalui tautan khusus di platform seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop (Salugiasih, 2025). Pendapatan pajak adalah salah satu pilar utama sistem keuangan negara yang berfungsi secara signifikan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan sosial (Rumapea, n.d.). Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menargetkan rasio kepatuhan pelaporan pajak tahunan sebesar 81,92% dari 19,78 juta wajib pajak potensial pada tahun 2025, namun hingga Mei, hanya 71% dari 14,06 juta laporan pajak yang telah diajukan (Handoyo, 2025).

E-commerce Indonesia berkembang pesat seiring meningkatnya penggunaan internet, adopsi teknologi digital, dan perubahan kebiasaan belanja konsumen (Marsally & Dwiani, 2025). Sektor bisnis *affiliate* semakin berkembang pesat, adanya kolaborasi dengan Shopee Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia menargetkan 60 ribu *affiliator* baru hingga 2026, dan 67% *affiliator* mengatakan akan ada peningkatan pendapatan signifikan dalam industri kecantikan dan fashion (Nadira, 2026). Menurut (Methodology, n.d.) Pada tahun 2025, pasar diasumsikan akan mengalami pertumbuhan dengan tingkat kemajuan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 12,7% untuk mencapai \$5,06 triliun. Pasar diperkirakan akan mencapai nilai sebesar \$7,85 triliun pada tahun 2029, dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 11,6%, yang menunjukkan bahwa tren pertumbuhan ini akan terus berlanjut di masa depan. *Affiliate* marketing di Indonesia hanya 3,14 juta *affiliator* aktif dari 108 juta pengguna TikTok, tertinggal jauh dari negara maju seperti AS (17,6%) (Permata, 2025). Berdasarkan Pasal 21/26, komisi dari platform seperti Shopee *Affiliate* dan Tokopedia *Affiliate* dikenakan pajak penghasilan hingga 35%. Namun, karena pendaftaran NPWP belum dilakukan, potensi kebocoran pajak mencapai miliaran rupiah (Efendi, 2023).

Untuk meningkatkan efisiensi dan pengawasan Coretax Direktorat Jenderal Pajak (DJP) akan diimplementasikan sepenuhnya pada 2026, Ini akan mengharuskan semua administrasi pajak digital, termasuk sistem baru untuk pelaporan SPT, menggantikan DJP Online (Redaksi, 2025). Di Kabupaten Sidoarjo, UMKM pedesaan seperti di Desa Dukuh Tengah Buduran mendominasi 60-61% PDB lokal, pada tahun 2023 Kecamatan Buduran menyelenggarakan program untuk mendukung peningkatan kelas usaha, seperti penyerahan seratus sertifikat tanah kepada UMKM di Desa Dukuh Tengah (Arfani, 2023). Desa Dukuh Tengah Buduran menghadapi masalah kepatuhan wajib pajak *affiliator* yang rendah, *affiliator* sering gagal melaporkan komisi dari platform seperti Shopee atau Tokopedia karena mereka terlalu bergantung pada metode manual dan tidak memahami PPh Pasal 21 (Politik et al., 2025).

Masalah utama adalah lemahnya tingkat kepatuhan di kalangan wajib pajak *affiliate*, yang ditimbulkan oleh kurangnya literasi digital dalam hal *e-Filing* dan pengetahuan perpajakan, termasuk pengetahuan tentang ketentuan perpajakan penghasilan atas komisi digital (Agung et al., 2024). Rendahnya tingkat pemahaman digital di kalangan wajib pajak, infrastruktur internet tidak konsisten, dan kerumitan peraturan Coretax yang menyebabkan kesalahan saat memasukkan dokumen seperti PIB, PEB, dan NTPN serta ketidakpastian tentang metode manual merupakan hambatan utama (Priyono, 2025).

Studi sebelumnya, menemukan bahwa pengetahuan tentang pajak dan digitalisasi meningkatkan kepatuhan di Sidoarjo secara keseluruhan, dan studi UMKM di Sidoarjo menunjukkan bahwa aplikasi M-Pajak dan pengetahuan tentang pajak meningkatkan kepatuhan (Imanda et al., 2025). Selain itu, penelitian lain membahas transformasi digital UMKM Malang, tetapi sebagian besar kuantitatif dan berfokus pada UMKM urban atau konvensional (Rumeon et al., 2025). Salah satu kekurangan dari penelitian yang menghubungkan variabel antara edukasi pajak, literasi digital, sistem *e-filling* dan kepatuhan wajib pajak orang pribadi adalah kurangnya analisis kualitatif menyeluruh terhadap hubungan antara pengetahuan pajak dan literasi digital pada *affiliator* desa tertentu, yang mengabaikan dinamika *affiliate* marketing gig economy dan integrasi *tax knowledge* dengan literasi digital di desa, terutama berlaku selama era Coretax (Agusetiawati et al., 2024). Salah satu kontribusi baru dalam literatur perpajakan Indonesia adalah model perpajakan digital pedesaan yang komprehensif, saran untuk sosialisasi DJP yang didasarkan pada kisah lokal, dan pengayaan teori

kepatuhan di era Coretax untuk literatur perpajakan (Azhari et al., 2025).

Riset ini melengkapi pendekatan fenomenologis kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam untuk mengungkap kisah *affiliator* lokal, dengan tujuan penelitian untuk mengisi celah ekonomi kerja pedesaan dan mengembangkan struktur *Knowledge, Attitude, Practice* (KAP) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) berbasis desa. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara mendalam dan analisis tematik pada 5 - 8 *affiliator* yang terdaftar di Desa Dukuh Tengah, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo. Kontribusi ilmiah baru meliputi validasi teori KAP-TAM untuk perpajakan digital regional dan rekomendasi kebijakan DJP. Tujuan utama: mengetahui bagaimana pengetahuan digital dan pajak membentuk pengalaman kepatuhan. Manfaat teoritis: perspektif naratif memperkaya literatur empiris tentang ekonomi gig, dan DJP mencapai target 81,92%, *affiliator* mengurangi sanksi, dan pemerintah meningkatkan penerimaan pajak UMKM digital (Handoyo, 2025).

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Tam (*Technology Acceptance Model*)

(Wicaksono, 2022), *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah pendekatan yang digunakan untuk memahami cara orang menerima dan memanfaatkan teknologi. Model Penerimaan Teknologi TAM pertama kali dikemukakan oleh Fred Davis dalam disertasi doktoralnya sekitar tahun 1986. Menurut (Wicaksono, 2022) dalam bukunya, dia menyatakan bahwa TAM pertama kali diciptakan untuk menjelaskan bagaimana pengguna menggunakan perangkat informasi inovatif, seperti tata kelola informasi berbasis sistem dan perangkat lunak. TAM terus berkembang dan diperbarui sejak didirikan oleh Davis pada tahun 1986 untuk tetap relevan dengan kemajuan teknologi seperti teknologi seluler, media sosial, dan Internet of Things (IoT).

(Agung et al., 2024) *Theory of Reasoned Action* (TRA), diusulkan pada tahun 1975 oleh Fishbein dan Ajzen, telah diadaptasi secara khusus menjadi TAM, Davis menyederhanakan model ini untuk memprediksi penerimaan teknologi melalui perasaan manfaat dan kemudahan penggunaan (Ilmi et al., 2020). Menurut TAM, persepsi pengguna tentang kegunaan teknologi (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah dua faktor utama yang memengaruhi penerimaan mereka terhadap teknologi (Tikaromah et al., 2025).

Menurut (Ma'ula & Pebrianggara, 2024) mengkonfirmasi bahwa persepsi kegunaan teknologi juga dikenal sebagai persepsi kegunaan merujuk pada persepsi subjektif seseorang tentang seberapa baik pemanfaatan suatu sistem, seperti pembayaran elektronik, dapat membantu meningkatkan kinerja mereka. Dengan kata lain, teknologi dianggap lebih berharga bagi penggunaannya sebab dapat meningkatkan produktivitas dan keefektifan.

Davis mendefinisikan kenyamanan penggunaan teknologi atau *Perceived Ease of Use*, sebagai tingkat seberapa mudah seseorang merasa bahwa mereka dapat menggunakan suatu aplikasi atau system. (Fahrizal et al., 2023) Dengan kemudahan tersebut, pengguna percaya bahwa sistem tersebut mudah digunakan tanpa kesulitan. Berdasarkan pemahaman ini, persepsi kemudahan penggunaan dapat didefinisikan sebagai anggapan seseorang bahwa penggunaan sebuah sistem dapat menjadi lebih mudah dan memudahkan langkah-langkah yang harus dilakukan.

Menurut Model Penerimaan Teknologi (TAM), dua faktor utama memengaruhi sejauh mana seseorang menerima suatu teknologi merupakan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Persepsi kegunaan merujuk pada keyakinan seseorang bahwa teknologi tersebut dapat

meningkatkan efektivitas dan hasil kerja mereka. Sementara itu kemudahan penggunaan berarti keyakinan bahwa teknologi tersebut mudah digunakan. Kedua faktor tersebut bekerja Bersama untuk membentuk sikap positif terhadap penggunaan teknologi (Putri et al., 2025).

Tax Knowledge

Tax Knowledge atau kemampuan seorang wajib pajak untuk memahami peraturan perpajakan mengenai tarif pajak dan keuntungan yang diperoleh ketika membayar pajak dikenal sebagai pengetahuan perpajakan (Chandra et al., 2021). Kondisi yang memungkinkan wajib pajak untuk memahami dan menerapkan persyaratan pajak dengan baik disebut kesadaran pajak. Secara sukarela, semakin banyak kesadaran wajib pajak tentang pajak, semakin baik mereka memahami dan menerapkan tugas mereka, yang pada gilirannya meningkatkan kepatuhan (Hama, 2023). Menurut buku "Perpajakan Indonesia", yang diubah oleh (Waluyo, 2019), pengetahuan tentang pajak terdiri dari tiga dimensi mencakup kognitif (pengetahuan dasar), afektif (sikap terhadap pajak), dan konatif (niat bertindak), ketiga dimensi ini secara langsung berdampak pada kepatuhan melalui model Knowledge, Attitude, Practice (KAP).

Buku "Perpajakan" oleh (Mardiasmo, 2023) edisi terbaru dari buku yang terbit tahun 2019 menambahkan bahwa *tax knowledge* pada wajib pajak UMKM sering rendah karena minimnya sosialisasi, hanya 40% UMKM memahami PPh Pasal 21 untuk komisi *affiliate*, sehingga memicu kebocoran penerimaan negara. Menurut penelitian yang dipublikasikan oleh (Nugraha, 2025), pengetahuan tentang pajak meningkatkan kepatuhan sebesar 31,8% di era digital. Ini terutama berlaku untuk pekerja kontrak seperti *affiliator* yang harus melaporkan pendapatan bruto mereka ke platform Shopee (Amelia & Yanti, 2025). Dengan demikian, memahami pajak dapat mendorong seseorang untuk menanggung pajak karena mereka tahu keuntungan dari menanggung pajak dan, tanpa dipaksa atau diancam, mereka akan membayar pajak secara mandiri (Syafitri et al., 2021).

Literasi Digital

Dalam perpajakan, literasi digital berarti kemampuan wajib pajak untuk mengakses, memahami, serta menggunakan teknologi informasi yang terdapat dalam system perpajakan secara efektif. Penjelasan ini tidak hanya mencakup kemampuan teknis dalam menggunakan aplikasi perpajakan, tetapi juga mencakup pemahaman yang lengkap mengenai manfaat, peran, serta dampak dari penggunaan digitalisasi dalam bidang perpajakan (Aini et al., 2025). Literasi Digital merupakan kemampuan wajib pajak untuk menggunakan teknologi digital untuk mengakses informasi pajak, *e-Filing*, dan Coretax, termasuk navigasi platform DJP Online, disebut Literasi Digital Pajak (Syahla et al., 2026). Menurut (Mardiana & Rosida, 2025) Pengetahuan, keterampilan teknis, dan aspek sikap adalah beberapa komponen literasi yang harus dipenuhi. Pengetahuan informasi mencakup pemahaman wajib pajak mengenai peraturan, hak, dan kewajiban di bidang perpajakan serta prosedur pelaporan yang dilakukan melalui platform digital. Orang yang memahami peraturan pajak cenderung lebih mampu menyesuaikan diri dengan inovasi layanan pajak yang berbasis digital (Al Khoir & Muid, 2025). Studi menunjukkan bahwa pemahaman tentang regulasi dan prosedur digital adalah faktor penting dalam memberikan laporan pajak yang akurat dan tepat waktu kepada wajib pajak.

Di dunia yang semakin terhubung secara digital saat ini, literasi digital bukan hanya sekadar keterampilan teknis, melainkan juga kemampuan yang sangat penting untuk dapat terlibat secara efektif dalam berbagai kegiatan (Angelica et al., 2026). Keterampilan teknik sangat penting untuk pemahaman digital pajak. Kemampuan ini mencakup kemampuan untuk menjalankan *software*

pajak, menggabungkan informasi dengan benar, dan *Upload* dokumen dan bukti pembayaran yang tepat (Barri & Hidayat, 2025). Keterampilan digital sangat *esensial* untuk mengurangi kesalahan teknis yang dapat mengakibatkan hukuman. Studi lokal di Indonesia menunjukkan bahwa penguasaan kemampuan teknis wajib pajak, khususnya dalam pelaporan SPT tahunan melalui *e-Filing* dan DJP Online, secara signifikan mempercepat pemenuhan kewajiban formal dengan mengurangi kesalahan input data dan waktu upload dokumen hingga 40% (Putri et al., 2025).

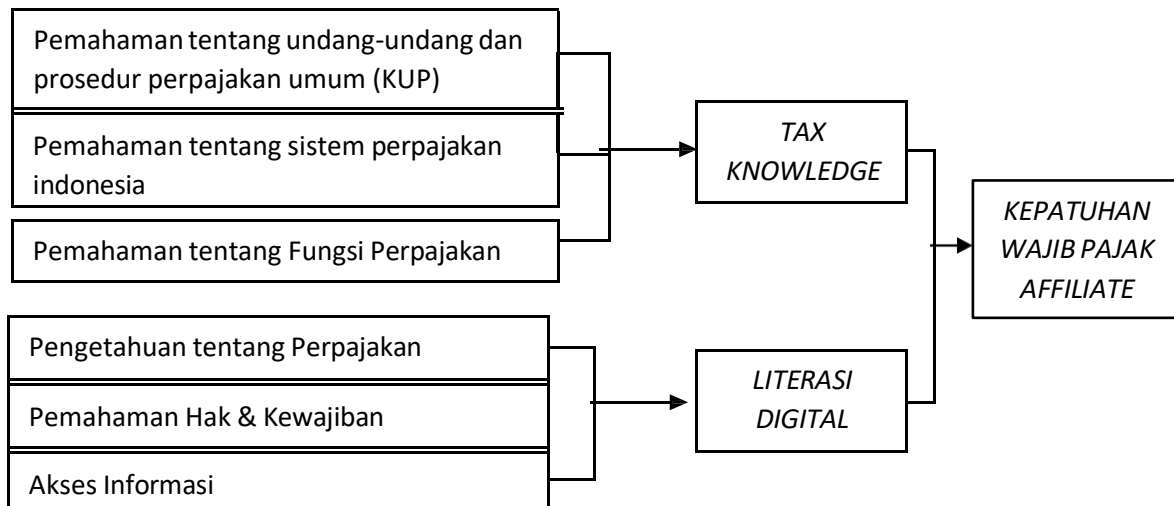
Sikap positif terhadap teknologi dapat meningkatkan rasa percaya diri dan kepatuhan sukarela, sementara kekhawatiran terkait keamanan data dapat mengurangi niat untuk patuh. Komponen afektif mencakup persepsi, motivasi, dan kepercayaan wajib pajak terhadap sistem perpajakan digital (Rinaldi, 2025). Kepercayaan dan rasa adil meningkatkan penerimaan sistem digital. Oleh karena itu, literasi pajak digital memerlukan perpaduan antara keahlian, kemampuan, dan sikap. Wajib pajak yang melek teknologi sangat penting bagi kepatuhan pajak di era digital karena mereka cukup termotivasi dan percaya diri untuk menggunakan sistem tersebut secara rutin.

Kepatuhan Wajib Pajak *Affiliate*

Menurut (Hidayas & Maulana, 2022), Inti dari kepatuhan adalah tindakan mematuhi atau mengikuti instruksi atau peraturan, undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 disahkan dengan tujuan untuk meningkatkan keamanan dan penegakan hukum, meningkatkan transparansi administrasi perpajakan, serta mendorong kepatuhan sukarela wajib pajak. Menurut (Zaikin et al., 2023) Istilah "*kesadaran wajib pajak*" mengacu pada pemahaman wajib pajak mengenai arti, fungsi, dan tujuan pajak yang mereka bayarkan kepada pemerintah. (Mulyati & Ismanto, 2021) Indikator kepatuhan Wajib Pajak terdiri dari dua elemen: 1) Ketepatan Waktu: persentase SPT yang diajukan tepat waktu dan sesuai dengan peraturan yang berlaku; dan 2) Pendapatan Wajib Pajak: persentase SPT yang diajukan tepat waktu dan menunjukkan kesediaan untuk membayar angsuran Pajak Penghasilan (PPh) sesuai dengan peraturan yang berlaku; 3) Aspek Penegakan Hukum: pembayaran tunggakan pajak sebelum tanggal jatuh tempo, sebagaimana ditetapkan dalam Surat Ketetapan Pajak (SKP); 4) Aspek Pembayaran: menyetorkan atau membayar pajak yang terutang di bank atau kantor pos yang telah ditunjuk oleh menteri keuangan.

Model Penelitian dan Hipotesis

Menurut (Wahyudi & Rusdi, 2025) kerangka kerja, atau hubungan, terkait dengan penelitian mengenai variabel-variabel tertentu yang didasarkan pada teori, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini berfokus pada hubungan antara Tax Knowledge (X1) dan Literasi Digital (X2) yang termasuk variabel *independent* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak *Affiliate* (Y) yang merupakan variabel *dependent* di era transaksi digital. Hubungan antara variabel ini didasarkan pada keyakinan bahwa pemahaman wajib pajak *affiliate* tentang kewajiban perpajakan dan kemampuan untuk menggunakan teknologi digital dapat memengaruhi kesadaran, kemudahan, dan keinginan mereka untuk mematuhi aturan perpajakan. Oleh karena itu, pengetahuan pajak yang baik meningkatkan pemahaman tentang hak, kewajiban, tarif, dan konsekuensi ketidakpatuhan, yang mendorong kepatuhan secara sukarela.



Gambar 1. Kerangka Berfikir

METODE PENELITIAN

Menurut (Sugiyono, 2023) Penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman tentang arti dan ide dari fenomena sosial, Oleh karena itu penelitian ini tepat untuk menyelidiki literasi digital tentang pajak dan tingkat kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini mengkaji dampak literasi digital dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan perpajakan *affiliator* di Desa Dukuh Tengah, Buduran, Sidoarjo, menggunakan metodologi kualitatif dan paradigma interpretatif. Sebagaimana dijelaskan oleh (Widyasari & Satria, 2022), paradigma interpretatif dipilih karena fokus pada peran bahasa, interpretasi, dan pemahaman subjektif dalam ilmu sosial. Mereka juga menekankan bahwa desain kualitatif yang fleksibel tanpa langkah baku diperlukan untuk menggali makna mendalam dari fenomena sosial. Dari sudut pandang *affiliator* Indonesia, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan menguraikan bagaimana kepatuhan perpajakan para *affiliate* dipengaruhi oleh pengetahuan perpajakan dan literasi digital mereka. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menyelidiki bagaimana persepsi subjek terhadap pengetahuan perpajakan mereka seperti aturan pajak penghasilan akhir sebesar 0,5% atas omzet dan alat digital seperti *e-Filing*, *e billing*, DJP Online dan sistem terbaru pajak yaitu Coretax mempengaruhi perilaku kepatuhan mereka.

Studi ini berfokus pada objek penelitian wajib pajak *affiliator* terdiri dari lima *affiliator* di platform Shopee dan TikTok serta satu ibu rumah tangga *affiliator* Instagram Shopee. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pengetahuan pajak dan literasi digital berdampak pada kepatuhan pajak wajib pajak *affiliate*. analisis ini melihat informan muda yang berusia antara 19 dan 28 tahun, dengan pendapatan bulanan antara 30 ribu dan 1 juta rupiah, dan masalah seperti keterlambatan pelaporan SPT dan kesulitan menggunakan *e-Filing*.

Tabel 1. Biodata Informan Affiliate

Inisial	MS	EPR	IL	EA	NER	AZ
Umur	23	22	22	19	23	28
Platform <i>Affiliate</i>	Shopee dan Tiktok	Shopee dan Tiktok	Shopee dan Tiktok	Shopee dan Tiktok	Shopee dan Tiktok	Shopee dan Tiktok
Pengikut	1.567	1.275	800	400	1.160	900
Komisi	± 1.000.000	± 800.000	± 250.000	± 80.000	± 1.000.000	± 500.000
NPWP	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
Tax Knowledge & Literasi Digital	Paham terkait PPH Final	Paham terkait PPH Final	Paham terkait PPH Final	Paham terkait PPH Final	Paham terkait PPH Final	Paham terkait PPH Final
Kepatuhan Pajak	80%	60%	90%	40%	75%	90%

Penelitian ini diteliti menggunakan tiga teknik triangulasi wawancara mendalam semi-terstruktur, pengamatan partisipatif, dan analisis dokumen pendukung digunakan untuk mengumpulkan data primer guna memastikan validitas yang tinggi. Teknik-teknik ini dilaksanakan pada Februari dan Maret pada tahun 2026 di rumah responden. Pertanyaan terbuka yang mencakup persepsi tentang pengetahuan pajak “Bagaimana Anda memahami pajak penghasilan atas komisi *affiliate*?”, literasi digital “Seberapa mudah mengakses Coretax/*e-Filing* melalui ponsel Anda?”, dan faktor kepatuhan “Apa hambatan utama dalam melaporkan SPT tepat waktu?”, digunakan selama wawancara individu berdurasi 15 -30 menit. Rekaman audio ditranskrip secara verbatim, menghasilkan 12 halaman teks dengan menggunakan teknik penelusuran untuk mendalami narasi responden.

Pengamatan partisipatif dilakukan secara non-partisipatif terhadap aktivitas pemasaran *affiliate*, termasuk pelacakan komisi di platform Shopee/Tiktok, simulasi akses ke platform pajak digital seperti login Coretax, dan interaksi dengan formulir pemotongan pajak penghasilan, dengan catatan lapangan yang mendokumentasikan konteks infrastruktur desa seperti kualitas sinyal internet. Selain itu, dokumen pendukung yang dianalisis meliputi catatan transaksi *affiliate* (*screenshot dashboard platform*), bukti pelaporan SPT tahunan (Bukti Penerimaan Elektronik), dan status Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Data analisis dimulai dengan mentranskripkan hasil wawancara secara manual dengan enam informan. Kuswarno (2009) dalam artikel (Simbolon & Sari, 2024) data yang sudah di terima akan direduksi dan di analisis menggunakan metode fenomenologi *transcendental Husserl* dimulai dengan langkah berikut:

1. *Bracketing*, di mana data dipisahkan dari hal-hal yang mengganggu untuk memastikan kemurniannya Dalam hal ini, yang mengganggu adalah pembicaraan yang telah keluar dari topik literasi dan kesadaran serta makna pajak bagi *affiliator* atas kewajiban perpajakan seperti

candaan atau diskusi pribadi yang dilontarkan oleh *affiliator*, mengingat hubungan teman dekat antara penulis dan informan (Aflah & Murhayati, 2025).

2. *Horizontalizing*, Wawancara dilakukan secara horizontal dengan *focus group discussion* terhadap enam informan *affiliate* dari "TikTok dan SHOPPE" dan. Oleh karena itu, jawaban yang diberikan atas pertanyaan yang sama akan dievaluasi dan dibandingkan (Prabawa et al., 2025).
3. *Horizon* mencari esensi, yaitu kesadaran pajak dan literasi digital, serta makna yang dimiliki oleh tiap *affiliator* atas kewajiban pajak mereka (Fanani & Anggoro, 2025).
4. Dengan menggunakan data yang relevan, hasilnya kemudian diorganisasikan sesuai dengan persepsi pajak, literasi pajak, dan kesadaran pajak. Data kemudian dianalisis dalam bentuk cerita sesuai dengan tema yang telah ditentukan.

Pembahasan

Salah satu unsur terpenting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak adalah pemahaman tentang perpajakan (Agustini & Puspita, 2024). Hasil wawancara dengan enam informan *affiliator* menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan perpajakan pelaku *affiliate* cukup beragam. Sebagian informan telah memahami kewajiban perpajakan dasar, termasuk kewajiban untuk memiliki NPWP, melaporkan SPT setiap tahun, dan membayar PPh Final sebesar 0,5% dari hasil usaha. Orang biasanya mendapatkan informasi ini dari berbagai sumber, seperti komunitas *affiliate*, webinar perpajakan, media sosial, dan informasi dari otoritas pajak. Informasi yang lebih memahami menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam memahami jenis pajak dan prosedur pelaporan pajak secara mandiri, seperti informan IL dan AZ. Namun demikian, beberapa informan masih mengalami kesulitan memahami perhitungan pajak dan bagaimana melaporkannya. Hal ini terlihat pada informan MS dan EPR, yang mengetahui kewajiban pajak tetapi masih bingung dalam menghitung omzet atau proses pelaporan, menyebabkan keterlambatan atau bahkan tidak melaporkan SPT. Selain itu, informan yang kurang mengenal pajak, seperti EA, menunjukkan pemahaman yang sangat buruk tentang kewajiban perpajakan pelaku *affiliate*. Hal ini mengindikasikan bahwa salah satu tantangan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak di sektor ekonomi digital mungkin adalah kurangnya pemahaman tentang perpajakan.

Literasi digital membantu kepatuhan wajib pajak karena mempermudah informasi perpajakan dan memungkinkan penggunaan sistem pelaporan pajak secara elektronik (Wardani & Ardiansyah, 2025). Dari hasil wawancara Beberapa informan menunjukkan literasi digital yang baik, seperti informan MS dan NER yang telah terbiasa menggunakan perangkat digital untuk mencatat pendapatan dan melaporkan pajak secara online menggunakan aplikasi perpajakan seperti DJP Online atau *e-Filing*. Meskipun demikian, mereka terus menghadapi masalah teknis seperti sistem aplikasi atau web yang sering mengalami kesalahan dan koneksi internet yang tidak stabil di daerah pedesaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan dasar untuk menggunakan teknologi belum sepenuhnya memastikan proses administrasi perpajakan digital berjalan lancar. Tingkat literasi digital informan lainnya juga berbeda. Misalnya, pada informan EPR merasa sulit menggunakan sistem DJP Online karena proses verifikasi yang rumit dan penggunaan istilah teknis yang sulit dipahami. Meskipun dia biasa menggunakan perangkat elektronik dalam kehidupan sehari-hari, informan EA masih mengalami kesulitan menggunakan *e-Filing* dan sering melakukan kesalahan saat mengisi data. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital tidak hanya sekadar menggunakan teknologi hal itu juga mencakup pemahaman terhadap sistem digital yang digunakan dalam administrasi perpajakan. Sebaliknya, informan yang lebih memahami teknologi seperti IL dan AZ menunjukkan kepatuhan

pajak yang lebih baik. Kemampuan mereka dalam menggunakan perangkat digital, memanfaatkan internet yang stabil, dan proses pelaporan pajak menjadi lebih mudah dan efisien dengan memahami cara menggunakan perangkat lunak perpajakan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan wajib pajak untuk mengakses layanan perpajakan digital meningkat seiring dengan tingkat literasi digital mereka, yang pada akhirnya meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Rasio kepatuhan wajib pajak *affiliate* menunjukkan variasi yang cukup besar terlihat dalam tingkat kepatuhan wajib pajak *affiliate*. Sebagian besar wajib pajak memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan mengajukan SPT tahunan, meskipun tingkat kepatuhannya bervariasi. Misalnya, informan seperti Indri IL dan AZ menunjukkan tingkat kepatuhan yang tinggi (90%) karena mereka melaporkan dan membayar pajak secara teratur dan tepat waktu. Sebaliknya, informan seperti EPR dan EA menunjukkan tingkat kepatuhan yang lebih rendah (40–60%) karena mereka tidak tahu banyak tentang perpajakan dan takut melakukan kesalahan dalam perhitungan pajak. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemahaman dasar tentang kewajiban pajak serta pengalaman dalam proses pelaporan pajak masih memengaruhi kepatuhan wajib pajak *affiliate*. Selain itu, terlihat bahwa faktor motivasi eksternal berkontribusi pada peningkatan kepatuhan wajib pajak *affiliate*. Rasa takut akan sanksi pajak serta informasi dari Direktorat Jenderal Pajak, webinar, dan komunitas *affiliate* mendorong beberapa informan untuk berpartisipasi. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi dan pendidikan perpajakan dapat meningkatkan kesadaran wajib pajak akan kewajiban mereka. Hal ini sejalan dengan berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak sangat dipengaruhi oleh pemahaman mereka terhadap peraturan perpajakan; semakin baik pemahaman seseorang terhadap peraturan perpajakan, semakin tinggi pula tingkat kepatuhannya (Saharani & Sari, 2023). Sebaliknya, Perkembangan sistem perpajakan digital juga berdampak pada kepatuhan perpajakan para *affiliate*. Karena layanan digital seperti *e-Filing* membuat proses pelaporan lebih mudah dan lebih cepat, beberapa informan merasa manfaatnya. Namun, masih ada beberapa masalah yang belum diselesaikan. Ini termasuk masalah untuk memahami fitur aplikasi, kesalahan sistem, dan keterbatasan jaringan internet, terutama di daerah pedesaan. Ini menunjukkan bahwa digitalisasi perpajakan memiliki potensi untuk meningkatkan kepatuhan, tetapi memerlukan peningkatan kualitas sistem dan literasi digital bagi wajib pajak. Meskipun masih ada tantangan terkait pengetahuan teknologi dan akses terhadap infrastruktur digital, penelitian sebelumnya juga telah menunjukkan bahwa digitalisasi perpajakan dapat meningkatkan efisiensi administrasi dan mendorong kepatuhan wajib pajak yang lebih tinggi (Izzah et al., 2025).

KESIMPULAN

Kesimpulan studi tersebut menunjukkan bahwa literasi digital dan pengetahuan perpajakan sangat penting untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak yang terdaftar. Tingkat kepatuhan yang lebih tinggi cenderung ditunjukkan oleh informan yang lebih memahami peraturan perpajakan, seperti kewajiban memiliki NPWP, pelaporan SPT tahunan, dan pengenaan PPh atas komisi *affiliator*. Sebaliknya, sebagian *affiliator* menghadapi kesulitan dalam menghitung penghasilan, memahami prosedur pelaporan pajak, serta menghindari kesalahan administrasi. Selain itu, literasi digital membantu proses kepatuhan pajak. Pengajuan SPT pajak bisa jadi lebih cepat dan efisien jika menggunakan sistem perpajakan digital seperti *e-Filing*, DJP Online, dan platform administrasi perpajakan lainnya. Namun demikian, masih ada beberapa hambatan, seperti ketidakmampuan untuk memahami sistem digital, ketidakmampuan untuk memahami istilah teknis yang digunakan

dalam aplikasi perpajakan, dan keterbatasan jaringan internet di daerah pedesaan yang memengaruhi proses pelaporan pajak. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak *affiliate* di era ekonomi digital, diperlukan peningkatan pendidikan perpajakan dan literasi digital. Oleh karena itu, diperkirakan Direktorat Jenderal Pajak akan meningkatkan inisiatif sosialisasi perpajakan, menyediakan panduan digital yang lebih ramah pengguna, serta memperkuat infrastruktur sistem perpajakan digital guna mendorong kepatuhan wajib pajak di sektor ekonomi digital.

REFERENSI

- Aflah, F. R., & Murhayati, S. (2025). Penelitian Fenomenologis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9, 13099–13109.
- Agung, A., Agung, G., & Prathama, I. (2024). *ANALISIS HUKUM KEPATUHAN WAJIB PAJAK DALAM ERA DIGITALISASI SISTEM PERPAJAKAN DI INDONESIA* Legal Analysis of Taxpayer Compliance in the Era of Tax System Digitalization in Indonesia ISSN (Online): 2828-8378 Abstrak.
- Agusetiawati, W. D., Askandar, N. S., & Nandiroh, U. (2024). *Pengaruh Edukasi Pajak, Literasi Digital dan Sistem E-Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*. 13(01), 680–691.
- Agustini, S., & Puspita, R. D. (2024). *Dampak Pemahaman Pajak , Ketentuan Pajak , dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi : Studi Kasus KPP Pratama Depok Sawangan*. 11(1), 164–172.
- Aini, A. N., Suhatmi, E. C., & Meikhati, E. (2025). *Sosialisasi Pajak sebagai Moderasi Pengaruh Literasi Pajak dan Digitalisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. 5(2), 84–98.
- Amelia, R., & Yanti, H. B. (2025). *Pengaruh digitalisasi, literasi, dan sanksi terhadap kepatuhan wajib pajak dengan kesadaran moderasi*. 5(2), 1595–1606.
- Angelica, C., Reyes, R., Ivonne, K., Jiménez, R., Núñez, O. M., Amilcar, J., & Calderón, V. (2026). *Literasi digital dalam penggunaan platform digital di bidang administrasi publik di Wilayah Lambayeque*. 1–28.
- Arfani, F. (2023). *Pemkab Sidoarjo serahkan SHAT kepada 100 pelaku UMKM*. Antara Jatim. <https://jatim.antaranews.com/berita/681951/pemkab-sidoarjo-serahkan-shat-kepada-100-pelaku-umkm>
- Azhari, B. F., Setianingsih, Y., Irvando, F., Putri, L. Su., Amandha, A. A., Aziz, W. A. N., Chasandra, S. Della, Azahara, F. M., Ardiansyah, F. F., & Quraeni, R. (2025). *OPTIMALISASI DIGITALISASI ADMINISTRASI PBB-P2 MELALUI APLIKASI SiPBB TRENGGINAS DI KABUPATEN MAGELANG*. 3(2), 94–101.
- Barri, A., & Hidayat, R. S. (2025). *Pengaruh Digitalisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajakorang Pribadi di Era E-Filing*. 4(3), 7681–7687.
- Chandra, N., Halwi, M. D., Masdar, R., Din, M., Mapparessa, N., & Meldawati, L. (2021). *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Penerapan Sistem Administrasi Perpajakan Modern terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. 163(ICoSIEBE 2020), 159–162.
- Efendi, A. (2023). *Affiliate Marketing? Spill Pengenaan Pajaknya dong, Kak!* DJP. <https://pajak.go.id/id/artikel/affiliate-marketing-spill-pengenaan-pajaknya-dong-kak>
- Fahrizal, Suherman, & Febrilia, I. (2023). *Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness dan Satisfaction Terhadap Continuance Intention Pengguna Aplikasi Food Delivery Saat Pandemi*. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(2), 408–427.
- Fanani, A. U. Z., & Anggoro, R. W. (2025). *PENGARUH MENTAL AKUNTANSI, LITERASI PERPAJAKAN, DIGITALISASI PERPAJAKAN, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP INTENSI KEPATUHAN PAJAK ORANG PRIBADI*. 36(1).

- Hama, A. (2023). *Analisis Kesadaran Pajak dan Efektivitas E-Filing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Literasi Digital Sebagai Variabel Moderasi*. 2(09).
<https://doi.org/10.36418/comserva.v2i09.556>
- Handoyo. (2025). *Rasio Kepatuhan Melaporkan SPT Tahunan pada 2025 Ditargetkan Capai 81,92%*. Kontan.Co.Id. <https://nasional.kontan.co.id/news/rasio-kepatuhan-melaporkan-spt-tahunan-pada-2025-ditargetkan-capai-8192>
- Hidayas, I., & Maulana, L. (2022). *PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK, SANKSI PAJAK, DAN KUALITAS PELAYANAN PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK KENDARAAN BERMOTOR DI KOTA TANGERANG*. 05, 11–35.
- Ilmi, M., Liyundira, F. S., & Rachmawati, A. (2020). *Perkembangan Dan Penerapan Theory Of Acceptance Model (TAM) Di Indonesia*. 16(2), 436–458.
- Imanda, A. N., Alrasyid, H., & Sari, A. F. K. (2025). *Pengaruh Literasi Pajak, Digitalisasi, dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Kabupaten Sidoarjo*. 14(01), 639–649.
- Izzah, T. R. N., Pratiwi, V. D. A., & Suhatmi, E. C. (2025). *Efektivitas Digitalisasi Perpajakan dalam Meningkatkan Kepatuhan Pajak UMKM : Peluang dan Hambatan Universitas Duta Bangsa Surakarta , Indonesia meningkatkan efisiensi , transparansi , dan kepatuhan wajib pajak . Teori yang mendasari konsep ini. Jurnal Bengawan SOlo : Pusat Kajian Riset Dan Inovasi Daerah Kota Surakarta*, 4(1), 1–9.
- Ma'ula, E. R., & Pebrianggara, A. (2024). *The Effectiveness of Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and Facilitating Conditions on Purchase Decision Efektivitas Persepsi Kegunaan , Persepsi Kemudahan , dan Kondisi. UMSIDA Preprints Server*, 1–14.
- Mardiana, D., & Rosida, S. A. (2025). *Digitalisasi Sistem Perpajakan , Pengetahuan Pajak , dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak : Perspektif Mahasiswa Akuntansi di DKI Jakarta*. 14, 1138–1147.
- Mardiasmo. (2023). *PERPAJAKAN*. Penerbit Andi.
https://books.google.co.id/books?id=7bLsEAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Marsally, S. Van, & Dwiani, Y. (2025). *Analisis Strategi Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Perspektif Industri E-Commerce)*. 146–154.
- Methodology, R. (n.d.). *Reports Selling, scaling and succeeding in today's B2B & B2C online markets (and what's coming next)*.
- Mulyati, Y., & Ismanto, J. (2021). *PENGARUH PENERAPAN E-FILING, PENGETAHUAN KEPATUHAN, PAJAK DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEMENDIKBUD, WAJIB PAJAK PADA PEGAWAI. Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, 4(2), 139–155.
- Nadira, F. (2026). *Dorong Ekonomi Digital RI, Kemenaker Target Cetak 60 Ribu Affiliate*. CNBC INDONESIA. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20260211161753-33-710282/dorong-ekonomi-digital-ri-kemenaker-target-cetak-60-ribu-affiliate>
- Nugraha, Y. R. Y. (2025). *Pengaruh Digital Perpajakan Melalui Sistem Coretax Terhadap efisiensi Biaya Kepatuhan Pajak Oleh Wajib Pajak Menengah. Jurnal Administrasi Profesional*, 06(01), 80–92.
- Permata. (2025). *Affiliate Marketing Semakin Meningkat di Indonesia Tapi Jumlah Affiliator Masih Rendah, Ini Penjelasannya!* Kol.Id. <https://kol.id/blog/strategi-affiliate-marketing-semakin-meningkat-di-indonesia-tapi-jumlah-affiliator-rendah>
- Politik, J., Mandub, H., Sitah, P. D., Islam, U., Kiai, N., Achmad, H., & Jember, S. (2025). *Implementasi Perpajakan Affiliate Marketer Shopee dalam Sudut Pandang Hukum Pajak dan Hukum Islam Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan digital saat ini . produk dan jasa dengan cepat dan efisien . Perkembangan teknologi ini juga membawa*. 3(September).
- Prabawa, M. S., Widjaja, R. R., Ardiyanto, A., & Sidharta, A. (2025). *Manfaat Metode Fenomenologi dalam Mengkaji Isu Sosiospasial Permukiman di Indonesia : Telaah Literatur dan Perspektif Teoretis. Jurnal Arsitektur*, 6, 267–278.

- Priyono, E. (2025). *Transformasi Digital Administrasi Pajak: Antara Inovasi dan Tantangan Literasi*. DJP. <https://www.pajak.go.id/id/artikel/transformasi-digital-administrasi-pajak-antara-inovasi-dan-tantangan-literasi>
- Putri, A. A. L. D., Yasa, I. N. P., & Putra, P. Y. P. (2025). Digital Tax Literacy terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jimak.v4i1.5392>
- Redaksi. (2025). *Catat! 2026 Sudah Full Coretax, Hindari Konsekuensi Tak Aktivasi Akun*. DDTC NEWS. <https://news.ddtc.co.id/berita/nasional/1816164/catat-2026>
- Rinaldi, M. (2025). *The Mediating Role of Digital Tax Literacy in TikTok- Based Tax Compliance Among Indonesian Taxpayers*. 10(1), 717–732.
- Rumapea, N. M. K. (n.d.). *Analisis Dampak Perubahan Iklim terhadap Sektor Pertanian*. 1–11.
- Rumeon, M., Sudaryanti, D., & Hidayati, I. (2025). *Pengaruh Transformasi Digital dan Literasi Digital Terhadap Kepatuhan Pajak Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Malang Raya*. 14(01), 225–233.
- Saharani, S. A., & Sari, R. P. (2023). Pengaruh Literasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Dimoderasi Insentif Pajak. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5605–5614.
- Salugiasih, L. irma. (2025). *Komisi Affiliate Shopee, TikTok, dan Tokopedia 2025: Bisa Raup Puluhan Juta Sebulan!* TUWAGA. <https://tuwaga.id/artikel/komisi-affiliate-shopee-tiktok-tokopedia-2025/>
- Simbolon, C. B., & Sari, D. P. (2024). LITERASI PAJAK DAN KESADARAN INFLUENCER ‘TIKTOK’ ATAS PAJAK PENGHASILAN PADA AKTIVITAS ENDORSEMENT. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 13(2), 30–42. <https://doi.org/10.33508/jima.v13i2.7204>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Syafitri, R. M., Ridwanto, S. D., Ardiansyah, M. H., Achmad, N. H., Pambudi, P. A., Gunawan, A., & Kunci, K. (2021). *TINJAUAN TAX KNOWLEDGE TERKAIT TAX AWARENESS DAN TAX COMPLIANCE*. 4–5.
- Syahla, F. N., Purwatiningsih, R. T., Putri, D., & Kusuma, A. (2026). *Pengaruh Literasi Perpajakan dan Digitalisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Mahasiswa Akuntansi Universitas Bina Sarana Informatika*. 9(1), 176–183.
- Tikaromah, O., Yahya, A., Hidayat, T., & Bangsa, U. P. (2025). *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL DALAM MENDORONG INTENTION*. 9(2), 246–256.
- Wahyudi, P. D., & Rusdi, D. (2025). Pengaruh Penerapan Green Accounting, Kinerja Lingkungan, Dan Biaya Lingkungan Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Riset Ilmu Akuntansi*, 6(2), 92–102.
- Waluyo. (2019). *PERPAJAKAN INDONESIA* (edisi ke-1). Penerbit Salemba Empat. <https://penerbitsalemba.com/buku/03-0144-perpajakan-indonesia-e12-2>
- Wardani, D. & Ardiansyah, R. (2025). The Role of Digital Literacy in Enhancing Tax Compliance Through the Cloud Unified Tax Portal. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 2.
- Wicaksono, S. Ri. (2022). *Teori Dasar TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*. CV. Seribu Bintang.
- Widyasari, P. A., & Satria, A. (2022). Studi Kualitatif Mengenai Pengetahuan Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak Pengusaha Jastip Online. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perpajakan*, 9(01).
- Zaikin, M., Pagalung, G., & Rasyid, S. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening*. 7, 57–76.