



Apakah Empati Mempengaruhi Kesadaran Pajak Generasi Z?

Joko Sustiyono

Politeknik Keuangan Negara STAN

jokosustiyono@pknstan.ac.id

Info Artikel

Sejarah artikel:

Diterima 29 Januari 2022

Disetujui 15 Februari 2022

Diterbitkan 20 Februari 2022

Kata kunci:

Perpajakan

Empati

Kesadaran pajak

Keywords:

Taxation

Empathy

Tax awareness

ABSTRAK

Penelitian tentang dampak empati sebagai faktor non-ekonomi terhadap kesadaran pajak pada generasi Z belum banyak diteliti di Indonesia. Kebanyakan jurnal masih berfokus pada faktor ekonomi dan pada wajib pajak. Untuk mengetahui apakah empati mempengaruhi kesadaran pajak generasi Z, penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik biner. Hal ini dipilih karena variabel dependen yang diamati berskala nominal dan kategorial. Signifikansi parameter persamaan regresi diuji dengan Ratio Likelihood Test dan Wald Test. Kemudian, goodness of fit model diuji menggunakan Hosmer-Lemeshow Test. Uji rasio likelihood memperlihatkan bahwa paling sedikit ada satu koefisien dari model regresi yang berpengaruh pada taraf nyata 5%. Berdasarkan uji Wald, variabel independen emphatic concern items berpengaruh secara signifikan pada kesadaran pajak taraf nyata 5%. Uji Hosmer-Lemeshow menyatakan bahwa model regresi logistik biner pada penelitian ini layak digunakan. Analisis regresi logistik biner menunjukkan bahwa hanya satu prediktor yang berpengaruh secara signifikan pada variabel kesadaran pajak, yaitu empathic concern items. Nilai odds rasio sebesar 1,43 pada variabel empathic concern items menunjukkan bahwa peluang seorang generasi Z yang memiliki sifat empati akan lebih sadar pajak 1,43 kali dibanding dengan responden yang tidak memiliki empati. Dengan kata lain, responden yang memiliki sifat empati akan cenderung lebih sadar pajak daripada yang tidak memiliki sifat tersebut.

ABSTRACT

Research on the impact of empathy as a non-economic factor on tax awareness in Generation Z has not been widely studied in Indonesia. Most researchers still focus on economic factors. This study uses binary logistic regression analysis because the dependent variable is categorical. The significance of the regression equation parameters was tested by the Ratio Likelihood Test and the Wald Test. Then, the goodness of fit model was tested using the Hosmer-Lemeshow Test. The likelihood ratio test shows that there is at least one coefficient from the regression model that has an effect on the 5% significance level. Based on the Wald test, the independent variable empathic concern items have a significant effect on tax awareness with a 5% significance level. The Hosmer-Lemeshow test states that the binary logistic regression model in this study is feasible to use. Binary logistic regression analysis showed that only one predictor had a significant effect on the tax awareness variable, namely empathic concern items. The odds ratio value of 1.43 on the empathic concern items variable shows that the probability of a generation Z who has empathy will be 1.43 times more aware of taxes compared to respondents who do not have empathy.



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Pajak merupakan sumber daya utama pendapatan suatu negara, begitu juga Indonesia. Total penerimaan pajak di Indonesia pada tahun 2020 adalah Rp1.069,97 triliun dari total pendapatan negara sebesar Rp1.633,6 triliun (Direktorat Jenderal Pajak, 2021). Kontribusi yang sangat besar penerimaan pajak terhadap penerimaan negara tidak dapat diragukan lagi.

Mengingat pentingnya penerimaan negara di bidang pajak, banyak penelitian yang menghubungkan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan pembayaran pajak. Kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak (Bahri, 2020; Khotimah, Susyanti, and Mustapita, 2020; Ramdani, Faridah, and Badriah, 2020; Savitri, 2015; Triogi, Diana, and Mawardi, 2021; Utari, Datrini, and Ekayani, 2020). Dengan demikian, semakin wajib pajak menyadari pentingnya membayar pajak, semakin tinggi pula pelaksanaan pembayaran wajib pajak tersebut.

Andreas and Savitri (2015) mendefinisikan kesadaran pajak sebagai sebuah situasi ketika wajib pajak memiliki pengetahuan, pemahaman, cara penghitungan, cara pembayaran, serta melakukan pembayaran kewajiban pajak mereka secara sukarela tanpa ada paksaan. Hal ini dikuatkan oleh pendapat Ariyanto et al. (2020) bahwa wajib pajak yang memahami definisi dan pentingnya manfaat pajak akan lebih menyadari untuk patuh dalam membayar pajak. Selain itu, Manual and Xin (2016) juga menyatakan bahwa wajib pajak yang memiliki pengetahuan tentang perpajakan yang memadai dapat meningkatkan kepatuhan dalam pembayaran pajak. Pengetahuan perpajakan adalah tingkat pengetahuan wajib pajak terhadap peraturan perundang-undangan perpajakan.

Selanjutnya, untuk memaksimalkan pemungutan pajak diperlukan peningkatan kesadaran perpajakan bagi wajib pajak untuk membayar pajak terutangnya. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kesadaran pajak dapat mempromosikan kepatuhan pajak. Sumartaya and Hafidiah (2014) menguji hubungan antara kesadaran wajib pajak dan moral pajak terhadap penghindaran pajak. Kesadaran pajak dan moral pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat ketidakpatuhan pajak (misalnya penghindaran pajak). Kamil (2015) telah memberikan bukti tentang kesadaran wajib pajak, pengetahuan, pelayanan otoritas pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan pajak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran pajak, pengetahuan perpajakan dan pelayanan otoritas pajak menunjukkan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepatuhan pajak.

Penelitian tentang pengaruh yang positif atas kesadaran pajak terhadap kepatuhan pajak telah banyak dilakukan di Indonesia. Secara umum, penelitian-penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan yang seragam. Kepatuhan pajak bisa ditingkatkan dengan peningkatan kesadaran pajak. Kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak biasanya dilakukan dengan memberi pemahaman kepada wajib pajak tentang pentingnya pajak, melalui sosialisasi dan edukasi dari DJP. Kesadaran pajak tersebut dimunculkan dari sisi eksternal wajib pajak.

Penelitian ini mencoba melihat dari perspektif yang berbeda terhadap kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak di Indonesia. Penelitian yang mencari tahu tentang hubungan faktor non ekonomi, misalnya empati, terhadap kesadaran pajak belum ada di Indonesia. Para peneliti lebih fokus untuk meneliti faktor-faktor kesadaran pajak dari sisi ekonomi.

Kemudian, objek penelitian ini dilakukan pada Generasi Z karena mereka merupakan subjek pajak yang berpotensi besar dalam membayar pajak di masa mendatang. Mereka perlu memahami pentingnya peran pajak dalam pembangunan Indonesia. Pemahaman yang tepat dan mencukupi akan meningkatkan kesadaran mereka untuk membayar pajak. Pada akhirnya, kesadaran tersebut akan mengakibatkan kepatuhan pembayaran pajak yang tinggi oleh generasi Z.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali kesadaran pajak dari sisi internal wajib pajak, dalam hal ini apakah empati wajib pajak berpengaruh positif terhadap kesadaran pajak ataukah tidak. Objek penelitian ini adalah generasi Z sebagai subjek pajak yang dalam beberapa tahun ke depan akan menjadi wajib pajak.

KAJIAN PUSTAKA

Empati

Penelitian tentang definisi empati telah dilakukan selama beberapa dekade oleh banyak peneliti. Penelitian-penelitian tersebut dilakukan dalam berbagai aspek empati. Pada awalnya empati dijelaskan dari sisi afektif empati yang menjelaskan bagaimana "berbagi" emosi terjadi (McDougall, 1908; Pandit, 2018). Kemudian, penelitian bergeser pada aspek kognitif yang diinisiasi oleh Mead (1934) dan Piaget (1932). Penelitian kognitif memberikan penjelasan tentang empati yang biasanya dianggap sebagai pengalaman perasaan orang lain "seolah-olah" perasaan itu milik Anda sendiri (hal ini mengasumsikan definisi kognitif yang relatif non-emosional dari empati) yang dinyatakan oleh Davis (1983).

Guthridge and Giummarra (2021) menjelaskan bahwa keragaman konseptual dalam definisi empati muncul karena perbedaan dimensi yang diteliti, yaitu empati sebagai katalis, fungsi, proses, hasil, keadaan afektif, keadaan kognitif, melibatkan diri dan orang lain, yang mengarah ke perilaku, dan yang terjadi dalam konteks tertentu. Hal ini menggambarkan bahwa empati adalah fenomena yang multidimensi. Berdasarkan meta-definisi yang dilakukan oleh Guthridge and Giummarra (2021), empati adalah kemampuan untuk mengalami keadaan afektif dan kognitif orang lain, sambil mempertahankan diri yang berbeda, untuk memahami orang lain. Dengan demikian, empati dalam penelitian ini adalah kemampuan seseorang untuk mengalami keadaan afektif dan kognitif orang lain untuk memahami mereka. Ukuran empati tersebut akan diukur menggunakan *multidimensional individual difference*

measure of empathy dari Davis (1983). Pengukuran tentang empati berdasarkan Davis (1983) masih relevan dan digunakan sampai sekarang, seperti penelitian dari Calvet and Alm (2013), Moreno-Poyato and Rodríguez-Nogueira (2021), Nugrahani and Andriani (2020) dan Edina (2020).

Pengukuran multidimensional empati (Davis, 1983) terdiri dari 4 (empat) kelompok item, yaitu *fantasy items*, *perspective-taking items*, *empathic concern items*, dan *personal distress items*. *Fantasy items* menunjukkan kecenderungan responden untuk mengidentifikasi karakter fiktif dalam buku, film, atau drama secara kuat. *Perspective-taking items* mencerminkan kecenderungan atau kemampuan responden untuk mengadopsi perspektif, atau sudut pandang orang lain. *Empathic concern items* menilai kecenderungan responden untuk mengalami perasaan hangat, kasih sayang dan kepedulian terhadap orang lain yang mengalami pengalaman negatif. *Personal distress items* menggambarkan apakah responden mengalami perasaan tidak nyaman dan cemas ketika menyaksikan pengalaman negatif orang lain.

Kesadaran pajak

Savitri and Musfialdy (2016) menjelaskan bahwa kesadaran merupakan suatu unsur yang berada pada diri manusia yang digunakan agar mereka paham terhadap realitas tertentu serta agar mereka dapat melakukan sesuatu berdasarkan realitas tersebut. Salah satu kesadaran adalah kesadaran dalam membayar pajak karena pajak telah diatur dalam peraturan perundang-undangan sehingga pajak dapat ditegakkan. Wajib Pajak akan membayar pajak tersebut karena menyadari bahwa pembayaran pajak berdasarkan landasan hukum yang kuat dan wajib dilakukan oleh seluruh warga negara.

Halawa and Saragih (2017) menyatakan bahwa kesadaran pajak adalah pengetahuan seseorang tentang peraturan perpajakan dan mempunyai niat untuk mematuhi ketentuan tersebut. Seseorang dikatakan sadar pajak karena mengetahui pentingnya fungsi pajak bagi kesejahteraan masyarakat luas sehingga mau menjalankan kewajiban perpajakannya sesuai aturan tanpa paksaan.

Generasi Z

Ensari (2017) menyatakan pembagian atas beberapa generasi. Generasi tertua adalah generasi veteran atau tradisional yang dilahirkan sebelum tahun 1945. Generasi selanjutnya adalah generasi *baby boom* yang lahir dari tahun 1945 sampai dengan 1965. Kemudian, generasi X merupakan orang-orang yang lahir dari tahun 1966 sampai dengan 1979. Setelah generasi X adalah generasi Y yang lahir tahun 1980-1995. Sedangkan generasi Z, mereka lahir setelah tahun 1995. Dengan demikian, responden dalam penelitian adalah mahasiswa yang usianya maksimal 26 tahun.

Calvet and Alm (2017) menyimpulkan bahwa empati memiliki dampak yang positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Wajib pajak yang memiliki sifat empati yang tinggi akan lebih patuh dalam pembayaran. Namun demikian, penelitian Calvet and Alm (2017) tidak menghubungkan antara empati dengan kesadaran wajib pajak. Penelitian ini menguji apakah ada hubungan antara empati dengan kesadaran pajak calon wajib pajak, yaitu Generasi Z.

METODOLOGI PENELITIAN

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Akuntansi Semester 4, Politeknik Keuangan Negara STAN sebagai perwakilan dari Generasi Z. Sampel penelitian ditentukan secara *probability random sampling* sejumlah 364 dari total mahasiswa sebanyak 1330 orang. Jumlah sampel telah merepresentasikan populasi berdasarkan teori Krejcie and Morgan (1970) maupun Taherdoost (2017). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer yang dikumpulkan dari kuesioner. Hasil kuesioner didapatkan dari responden melalui google form secara daring pada periode Januari-Juni 2021. Variabel dependen pada penelitian ini adalah kesadaran mahasiswa dalam membayar pajak yang berskala nominal (nilai 1 untuk bersedia membayar pajak, nilai 0 untuk tidak bersedia). Variabel independennya adalah multidimensi empati yang skalanya adalah data ordinal. Variabel prediktor dibagi menjadi 4 (empat) kelompok sesuai pembagian dimensi empati dari Davis (1983), yaitu *fantasy items* (F), *empathic concern items* (E), *perspective-taking items* (P), dan *personal distress items*.

Data dianalisis menggunakan dua pendekatan, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif menunjukkan karakteristik variabel dependen dan independen yang terdiri dari nilai maksimal, nilai minimal, nilai rata-rata, dan standar deviasi dari data yang telah dikumpulkan. Hal ini bertujuan untuk menjelaskan karakteristik sampel secara umum.

Penelitian ini menggunakan model regresi logistik (logit) sebagai alat analisis statistik inferensial. Regresi logistik biner digunakan karena data variabel dependen dalam penelitian ini berskala nominal

(Hosmer, Lemeshow, and Sturdivant, 2013). Selanjutnya, model regresi logistik biner adalah jenis regresi logistik yang digunakan untuk menemukan hubungan antara variabel dependen yang bersifat biner dengan variabel independen yang bersifat kategoris (Chambers, 1996).

Sebelum di-regresi, data hasil kuesioner diuji apakah telah akurat dalam mengukur variabel ataukah belum (Sekaran and Bougie, 2016). Pengujian tersebut dilakukan menggunakan:

(1) Uji Reliabilitas

Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengukuran konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang kali menggunakan kelompok sampel berbeda (Sekaran and Bougie, 2016).

(2) Uji Validitas

Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat mengukur apa yang diukur sesuai ukuran sebenarnya (Sekaran and Bougie, 2016).

Analisis regresi logistik biner dipilih untuk mencari tahu faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran pajak pada generasi Z yang diwakili oleh mahasiswa PKN STAN menggunakan data variabel respon yang berskala nominal dan bersifat kategoris.

Uji signifikansi digunakan untuk mengetahui signifikansi parameter-parameter pada persamaan regresi logistik biner melalui uji rasio likelihood dan uji Wald (Agresti, 2003). Selain itu, dilakukan juga uji *Goodness of fit test* untuk menentukan ketepatan model yang dibentuk.

(a) Uji Rasio Likelihood Secara Keseluruhan

Uji ini akan membandingkan persamaan regresi yang mengandung variabel independen dengan persamaan yang tidak mengandung variabel independen. Hipotesis uji tersebut adalah sebagai berikut.

$$H_0: \beta_0 = \beta_1 = \dots = \beta_p = 0$$

$$H_1: \text{salah satu koefisien } \beta_i \neq 0 \text{ dengan } i = 1, 2, 3, \dots, p$$

Uji yang digunakan sebagai berikut.

$$G = -2 \ln \left(\frac{\text{likelihood tanpa variabel independen}}{\text{likelihood dengan variabel independen}} \right)$$

Skor G merupakan distribusi Chi-square dengan derajat bebas sebesar p. Dengan α adalah tingkat signifikansi, H_0 ditolak apabila $G \geq X^2_{(\alpha,p)}$. Jika H_0 ditolak berarti paling tidak satu variabel bebas signifikan pada taraf nyata sebesar α .

(b) Uji Wald (Uji Signifikansi Secara Individu)

Uji ini dilakukan untuk mencari peran setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis uji tersebut adalah sebagai berikut.

$$H_0: \beta_i = 0 \text{ dengan } i = 1, 2, 3, \dots, p$$

$$H_1: \beta_i \neq 0 \text{ dengan } i = 1, 2, 3, \dots, p$$

Uji yang digunakan sebagai berikut.

$$W = \left[\frac{\beta_i}{SE(\beta_i)} \right]^2$$

Skor W merupakan distribusi Chi-square dengan derajat bebas sama dengan 1. Dengan α adalah tingkat signifikansi, H_0 ditolak apabila $W \geq X^2_{(\alpha,1)}$.

(c) Uji *Goodness of fit test*

Uji tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi logistik biner yang disusun sudah sesuai ataukah belum (Hosmer et al., 2013). Alat tes yang dipakai adalah *Hosmer-Lemeshow Test*. Hipotesis uji tersebut adalah sebagai berikut.

$$H_0: X^2_{HL} = X^2_{(g-2)}$$

$$H_1: X^2_{HL} \geq X^2_{(g-2)}$$

Nilai X^2_{HL} adalah nilai chi-square *Hosmer-Lemeshow* berdasarkan output SPSS sedangkan nilai $X^2_{(g-2)}$ adalah skor chi-square sesuai tabel. Apabila $X^2_{HL} \geq X^2_{(g-2)}$, H_0 ditolak.

Setelah dilakukan uji signifikansi, akan diperoleh koefisien dan tingkat signifikansi persamaan regresi logistik biner. Pada persamaan juga akan ditentukan nilai odds ratio sebagai ukuran kecenderungan rasio responden yang sadar pajak dan yang tidak. Persamaan Analisis Regresi Logistik Biner dapat dituliskan sebagai berikut.

$$\text{Log}\left[\frac{P}{1-P}\right] = \beta_0 + \beta_1 F + \beta_2 E + \beta_3 P + \beta_4 D + e$$

Dimana:

- P : Peluang Generasi Z memiliki kesadaran pajak yang lebih tinggi
- 1-P : Peluang Generasi Z memiliki kesadaran pajak yang lebih rendah
- β_0 : Konstanta
- β_1 : Koefisien regresi *fantasy items*
- β_2 : Koefisien regresi *empathic concern items*
- β_3 : Koefisien regresi *perspective-taking items*
- β_4 : Koefisien regresi *personal distress items*
- F : Variabel independen *fantasy items*
- E : Variabel independen *empathic concern items*
- P : Variabel independen *perspective-taking items*
- D : Variabel independen *personal distress items*
- e : error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan berisi hasil-hasil temuan penelitian dan pembahasannya secara ilmiah. Tuliskan temuan-temuan ilmiah (*scientific finding*) yang diperoleh dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan tetapi harus didukung oleh data-data yang memadai. Temuan ilmiah yang dimaksud di sini adalah bukan data-data hasil penelitian yang diperoleh. Temuan-temuan ilmiah tersebut harus dijelaskan secara saintifik meliputi: Apakah temuan ilmiah yang diperoleh? Mengapa hal itu bisa terjadi? Mengapa trend variabel seperti itu? Semua pertanyaan tersebut harus dijelaskan secara saintifik, tidak hanya deskriptif, bila perlu ditunjang oleh fenomena-fenomena dasar ilmiah yang memadai. Selain itu, harus dijelaskan juga perbandingannya dengan hasil-hasil para peneliti lain yang hampir sama topiknya. Hasil-hasil penelitian dan temuan harus bisa menjawab hipotesis penelitian di bagian pendahuluan.

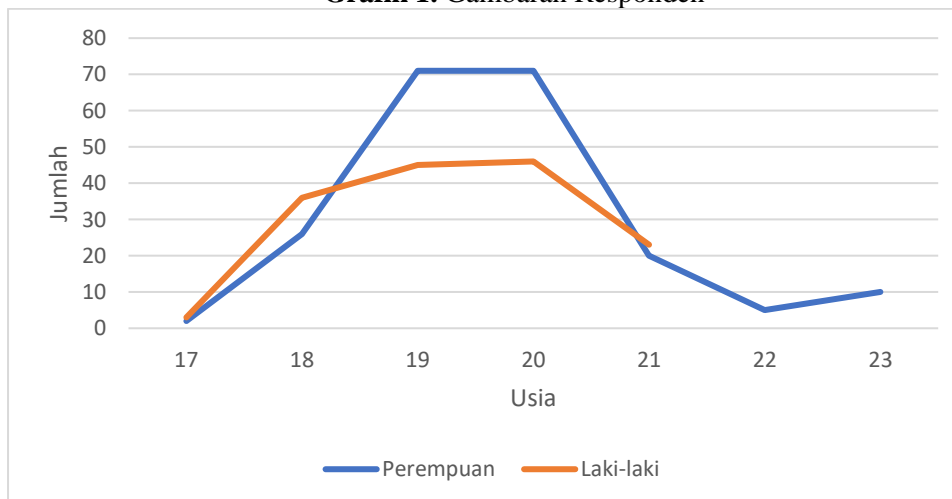
Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari responden sejumlah 364 mahasiswa. Data tersebut berupa data berskala nominal tentang kesadaran untuk membayar pajak (bersedia untuk membayar ataukah tidak) sebagai variabel respon. Data selanjutnya adalah data berskala ordinal tentang sifat empati masing-masing responden sebagai variabel prediktor.

Berdasarkan hasil kuesioner, analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran secara umum pengaruh empati terhadap kesadaran generasi Z dalam membayar pajak.

a. Gambaran Responden

Di bawah ini adalah grafik status responden yang telah mengisi kuesioner.

Grafik 1. Gambaran Responden



Sumber: Data diolah sendiri oleh penulis.

Berdasarkan Grafik 1, terlihat bahwa usia responden bervariasi dari 17 sampai dengan 23 tahun. Usia responden perempuan yang paling banyak berpartisipasi dalam penelitian ini adalah usia 19 dan 20 tahun, masing-masing berjumlah 70 orang. Hal yang sama juga muncul pada usia responden laki-laki yang mengikuti penelitian tetapi jumlahnya lebih sedikit, yaitu masing-masing 45 mahasiswa.

b. Gambaran Empati dan Kesadaran Pajak

Empati dan kesadaran dalam membayar pajak dari generasi Z dideskripsikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Gambaran Empati dan Kesadaran Pajak

Variabel	Jumlah Sampel	Rata-rata	Standar Deviasi	Nilai Minimal	Nilai Maksimal
Kesadaran Pajak	364	0.98	0.16	0	1
fantasy items	364	33.38	5.64	16	45
empathic concern items	364	57.19	6.51	41	70
perspective-taking items	364	33.82	4.09	22	45
personal distress items	364	36.81	7.05	13	53

Sumber data: diolah sendiri oleh penulis

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah observasi adalah 364 responden. Variabel kesadaran pajak terdiri dari nilai 1 dan 0 karena merupakan data nominal. Rata-rata variabel tersebut adalah 0.98 yang menyiratkan bahwa sebesar 98% responden sadar akan pentingnya membayar pajak. Standar deviasi kesadaran pajak sebesar 0,16 yang berarti bahwa sebaran variabel data tersebut kecil, dengan kata lain kesenjangan data variabel dimaksud tidak cukup besar antara nilai terendah dengan tertingginya.

Untuk variabel independen, nilai minimal untuk *fantasy items* adalah 16 dan nilai maksimalnya 45, kemudian nilai rata-ratanya adalah 33,38. Sedangkan untuk *empathic concern items*, nilai minimal sebesar 41 dan maksimal 70 dengan nilai rata-ratanya adalah 57,19. Variabel *perspective-taking items* memiliki nilai minimal, nilai maksimal, dan rata-rata adalah masing-masing 22, 45, dan 33,82. Sedangkan untuk *personal distress items*, nilai minimal 13, nilai maksimal 53, dan nilai rata-rata 36,81.

Nilai minimal, nilai maksimal, dan nilai rata-rata pada *fantasy items* dan *perspective-taking items* relatif hampir sama, bahkan nilai rata-rata dan nilai maksimal berada pada skor yang sama, yaitu 33 dan 45. Nilai minimal, maksimal, dan rata-rata terbesar ada pada *empathic concern items* karena jumlah pertanyaannya yang paling banyak daripada item lain, yaitu 14 butir pertanyaan.

Untuk memastikan bahwa data telah valid dan reliabel, perlu dilakukan uji sebagai berikut.

a. Uji Validitas

Uji Validitas setiap butir pertanyaan kuesioner dilakukan menggunakan software SPSS melalui Uji Korelasi Product Moment dari Pearson. Setiap item pertanyaan akan diuji hubungannya dengan nilai total variabel yang bersangkutan. Dalam hal ini masing-masing item yang ada di dalam variabel X dan Y akan diuji relasinya dengan skor total variabel tersebut. Agar disebut valid, item hasil jawaban responden memiliki nilai korelasi (R) dengan total skor lebih dari 0,1028 (sesuai nilai R tabel koefisien korelasi Momen-produk Pearson dengan sampel responden 364, df-2). Hasil kuesioner yang R hitungnya kurang dari 0,1028 akan disingkirkan karena dianggap tidak valid. Berdasarkan output SPSS pada lampiran 1 terlihat bahwa nilai R total di atas 0,1028 semua sehingga item pertanyaan kuesioner dianggap valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah item pertanyaan handal atau dapat dipercaya. Hal ini untuk mengetahui konsistensi dari alat ukur berupa pertanyaan tersebut, apakah jawaban dari pertanyaan akan konsisten jika ditanyakan ke kelompok sampel yang lain. Pertanyaan kuesioner reliabel jika mendapatkan hasil yang sama walaupun pengukuran dilakukan secara berulang-ulang. Metode pengujian reliabilitas pada penelitian ini adalah metode Crobach's Alpha. Kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai r hitung lebih dari r tabel dengan tingkat signifikansi 5%. Berdasarkan output SPSS pada lampiran 2 terlihat bahwa nilai r hitung adalah 0,707 dengan jumlah item pertanyaan sebanyak 46 butir. Nilai r tabel dengan sampel sejumlah 364 adalah 0,102. Dengan demikian item pertanyaan dapat disimpulkan reliabel karena nilai r hitung lebih besar daripada r tabel ($0,707 > 0,102$).

Sebelum melakukan analisis regresi logistik biner, perlu dilakukan uji signifikansi sebagaimana berikut ini.

(1) Uji Signifikansi Secara Keseluruhan

Uji secara keseluruhan menggunakan nilai G. Berikut hasil output SPSS untuk nilai yang dimaksud.

Tabel 2. Uji Signifikansi Secara Keseluruhan

Step	-2 Log likelihood	Cox and Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	78.288	.017	.080

Sumber data: output SPSS 25

Tabel 2 menunjukkan nilai G sebesar 78,288. Berdasarkan tabel Chi-square, dengan tingkat signifikansi 5% dan df sama dengan 4, diperoleh nilai chi-square sebesar 9,488. Dengan demikian, karena G lebih besar dari chi-square, H_0 ditolak. Hal ini memperlihatkan bahwa paling sedikit ada satu koefisien dari persamaan regresi logistik biner yang berpengaruh pada taraf nyata 5%.

(2) Uji Signifikansi Secara Individual

Uji signifikan selanjutnya secara individual menggunakan skor Wald. Berikut hasil output SPSS untuk nilai yang dimaksud.

Tabel 3 Uji Signifikansi Secara Individual

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Keterangan
F	-.032	.072	.197	1	.657	Tidak Signifikan
E	.134	.063	4.473	1	.034	Signifikan
P	-.007	.092	.006	1	.938	Tidak Signifikan
D	-.022	.056	.153	1	.696	Tidak Signifikan

Sumber data: output SPSS 25

Nilai chi-square pada derajat bebas sama dengan 1 dengan tingkat signifikansi 5% adalah 3,841. Berdasarkan tabel 3, nilai W yang melebihi 3,841 hanya variabel E, yaitu *empathic concern*

items sebesar 4,473. Hal ini memperlihatkan bahwa variabel independen E berpengaruh secara signifikan pada kesadaran pajak taraf nyata 5%.

(3) Uji Goodness of fit test

Berikut adalah tabel output pada skor Hosmer-Lemeshow.

Tabel 4. Tabel Kontinjensi Hosmer-Lemeshow Test

g	Kesadaran Pajak = Tidak Memiliki		Kesadaran Pajak = Memiliki		Total
	Observasi	Prediksi	Observasi	Prediksi	
1	2	2.844	34	33.156	36
2	2	1.563	34	34.437	36
3	1	1.155	35	34.845	36
4	1	.902	35	35.098	36
5	2	.701	34	35.299	36
6	1	.551	35	35.449	36
7	0	.457	36	35.543	36
8	0	.375	36	35.625	36
9	0	.265	36	35.735	36
10	0	.186	40	39.814	40

Sumber data: output SPSS 25

Tabel 5. Tabel Hosmer-Lemeshow Test

Chi-square	df	Sig.
4.553	8	.804

Sumber data: output SPSS 25

Tabel 5 menunjukkan skor chi-square dari Hosmer-Lemeshow adalah 4,553. Berdasarkan tabel chi-square, skor chi-square dengan g=10 sebesar 15,507. Dengan demikian, chi-square hitung lebih kecil daripada chi-square tabel (4,553<15,507). Kesimpulannya adalah gagal tolak H₀. Kemudian, nilai signifikansi sebesar 0,804 menguatkan kegagalan dalam menolak H₀. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi logistik biner layak digunakan dalam penelitian ini.

Hal ini diperkuat dengan tabel 4 yang memperlihatkan bahwa dari sepuluh langkah observasi kesadaran pajak (1) dan tidak (0), skor observasi dan prediksi pada masing-masing pengamatan memiliki nilai yang mendekati dan tidak ada perbedaan yang terlalu besar. Persamaan skor tersebut menunjukkan bahwa persamaan regresi logistik biner dalam artikel ini mampu membuat prediksi nilai pengamatannya.

Regresi logistik merupakan analisis regresi yang menghubungkan variabel dependen berskala nominal dengan satu atau lebih variabel independen berskala kategori atau interval (Hosmer et al., 2013). Analisis tersebut digunakan untuk mengetahui apakah sifat empati pada calon wajib pajak mempengaruhi kesadaran mereka dalam membayar pajak. Kemudian, pengujian dilakukan secara simultan dari masing-masing dimensi dan uji simultan untuk mengetahui peubah yang signifikan. Hasil uji regresi disajikan pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi

Variabel Independen	Variabel Dependen = Kesadaran Pajak								
	Regresi Logistik						OLS		
	Logit 1		Logit 2		Logit 3		OLS 1	OLS 2	OLS 3
Koefisien	Odds Ratio	Koefisien	Odds Ratio	Koefisien	Odds Ratio	Koefisien	Koefisien	Koefisien	
fantasy items			-0,032	0,969					-0.001
empathic concern items	0,123**	1,13	0,134**	1,143			0,003	0.003**	
perspective-taking items			-0,007	0,993					0.0001
personal distress items			-0,022	0,978					0.0002
Multidimensi (total 4 variabel)					0,028	1,029			0,0009
Konstanta	-3,035		-1,530	0,2165	-0,830	0,436	0,805	0.812	0,836
R square							0,0039	0.0166	0,0066

Pseudo R square	0,0658	0,0721	0,0166			
Jumlah Responden	364	364	364	364	364	364

Sumber data: diolah sendiri oleh penulis.

Keterangan: ** menunjukkan taraf signifikansi 5%.

Pengujian dilakukan sebanyak 6 (enam) kali dengan variabel dan jenis regresi yang berbeda. Hal ini bertujuan untuk menemukan variabel independen yang signifikan apakah tetap signifikan pada semua model dan mendapatkan model regresi yang paling dapat menjelaskan variabel dependen melalui nilai R square nya. Analisis regresi logistik terdiri dari 3 model dengan variabel independen yang berbeda. Model Logit 1 merupakan analisis regresi logistik yang memiliki variabel independen *empathic concern items*. Model Logit 2 memiliki 4 (empat) variabel independen, yaitu *fantasy items*, *empathic concern items*, *perspective-taking items*, dan *personal distress items*. Sedangkan variabel independen Logit 3 adalah total nilai multidimensi karakteristik empati sesuai ukuran Davis (1983).

Model regresi lain adalah Ordinary Least Square (OLS). Model OLS 1 memiliki variabel independen *empathic concern items*. Model OLS 2 memiliki 4 (empat) variabel independen, yaitu *fantasy items*, *empathic concern items*, *perspective-taking items*, dan *personal distress items*. Sedangkan variabel independen OLS 3 adalah total nilai multidimensi karakteristik empati sesuai ukuran Davis (1983).

Berdasarkan Tabel 6, hasil uji signifikansi secara parsial menunjukkan bahwa hanya variabel *empathic concern items* yang berpengaruh dan signifikan terhadap kesadaran pajak. Variabel independen yang lain, diantaranya *fantasy items*, *perspective-taking items*, dan *personal distress items* tidak berpengaruh secara signifikan pada kesadaran generasi Z dalam membayar pajak.

Tabel 6 juga memperlihatkan bahwa nilai *pseudo R square* terbesar terdapat pada model Logit 2, yaitu 7,05%, yang diikuti oleh Logit 1 sebesar 6,58%. Kedua model memiliki hasil variabel independen signifikan terhadap kesadaran pajak yang sama yaitu *empathic concern items*. Pada ketiga model OLS, R square terbesar pada OLS 2 dengan nilai 1,66% sedangkan model OLS lain lebih kecil daripada 1%. Hal ini menunjukkan bahwa model yang tepat dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik.

Berdasarkan model Logit 2, persamaan regresi logistik yang dihasilkan adalah sebagai berikut.

$$\text{Log} \left[\frac{P}{1-P} \right] = -1,530 - 0,032F + 0,134E - 0,007P - 0,022D + e$$

Persamaan di atas memperlihatkan nilai intersep sebesar $-1,530$ yang berarti pada saat semua variabel prediktor bernilai 0, responden dari generasi Z tidak memiliki kesadaran untuk membayar pajak. Nilai koefisien dimensi empati sebesar 0,134 menunjukkan bahwa peningkatan sifat empati sebesar 1 poin akan meningkatkan kesadaran pajak sebesar 0,134 poin.

Uji odds ratio digunakan untuk menginterpretasikan hubungan variabel respon dengan prediktornya. Nilai tersebut merupakan rasio kecenderungan yang mendefinisikan perbandingan antara jumlah individu yang termasuk dalam kasus tertentu dengan jumlah individu lain yang tidak mengalaminya (Agresti, 2003). Nilai odds ratio pada aspek *empathic concern items* yaitu 1,143 menunjukkan bahwa peluang seorang generasi Z untuk menyadari bahwa dia harus membayar pajak 1,143 kali dibanding dengan responden yang tidak sadar pajak. Dengan kata lain, responden yang memiliki perasaan hangat, kasih sayang dan peduli pada orang lain yang mengalami pengalaman negatif akan cenderung lebih sadar pajak daripada yang tidak memiliki sifat tersebut.

Secara umum, hasil analisis regresi sejalan dengan penelitian Calvet and Alm (2017) bahwa empati dapat meningkatkan kesadaran pajak. Hasil penelitian dapat berperan penting dalam peningkatan pembayaran pajak di masa depan karena responden merupakan generasi Z yang akan menjadi wajib pajak setelah generasi saat ini. Pemerintah dapat menyiapkan regulasi yang mendukung terkait *empathic concern items* mengingat pentingnya sifat ini dalam kesadaran pembayaran pajak. Para peneliti juga menyatakan bahwa empati dapat ditingkatkan dengan cara-cara tertentu (Dewi, et al., 2019; Kelm, et al., 2014; Reilly, et al., 2012). Contoh peningkatan empati dapat dilakukan dengan simulasi berupa role play di kelas seperti yang dilakukan oleh Dewi, et al. (2019).

KESIMPULAN

Variabel independen yang diduga dapat mempengaruhi kesadaran pajak generasi Z, yakni fantasy items, empathic concern items, perspective-taking items, dan personal distress items. Analisis regresi logistik biner yang digunakan menunjukkan bahwa hanya satu prediktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kesadaran pajak, yaitu empathic concern items. Nilai odds rasio sebesar 1,143 menunjukkan bahwa peluang seorang generasi Z yang memiliki sifat empati akan lebih sadar pajak 1,143 kali dibanding dengan responden yang tidak memiliki empathic concern items. Dengan kata lain, responden yang memiliki sifat tersebut akan cenderung lebih sadar pajak daripada yang tidak memiliki sifat tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian ini, pemerintah dapat membuat kebijakan-kebijakan agar generasi Z memiliki sifat-sifat empathic concern items. Program-program pemerintah dapat didesain untuk mendukung munculnya empati pada generasi muda mengingat penelitian para akademisi menyimpulkan bahwa sifat yang dimaksud dapat ditingkatkan.

Penelitian tentang dampak empati perlu diperluas. Para peneliti dapat menguji lebih dalam tentang pengaruh empati terhadap kepatuhan pajak. Penelitian tentang bagaimana empati dapat ditingkatkan sehubungan dengan kepatuhan pajak juga perlu menjadi perhatian. Hal ini dilakukan agar dapat menjadi bahan kebijakan pemerintah terkait program-program dalam peningkatan penerimaan pajak di masa mendatang

DAFTAR PUSTAKA

- Abel, T., Mead, G. H., & Morris, C. W. (1936). Mind, Self, and Society. *The American Journal of Psychology*, 48(3), 541. <https://doi.org/10.2307/1415920>
- Agresti, A. (2003). *Categorical data analysis* (Vol. 482). John Wiley & Sons.
- Andreas, & Savitri, E. (2015). The Effect of Tax Socialization, Tax Knowledge, Expediency of Tax ID Number and Service Quality on Taxpayers Compliance with Taxpayers Awareness as Mediating Variables. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211(September), 163–169. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.024>
- Ariyanto, D., Andayani, G. A. P. W., & Putri, I. G. A. M. A. D. (2020). Influence of Justice, Culture and Love of Money Towards Ethical Perception on Tax Evasion with Gender as Moderating Variable. *Journal of Money Laundering Control*, 23(1), 245–266. <https://doi.org/10.1108/JMLC-06-2019-0047>
- Bahri, S. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 20(1), 1–15.
- Calvet, R., & Alm, J. (2017). Empathy , sympathy , and tax compliance Empathy , sympathy , and tax compliance. *Journal of Economic Psychology*, 40(February 2014), 62–82.
- Chambers, J. K. (1996). Quantitative Applications in the Social Sciences. *Journal of English Linguistics*, Vol. 24, pp. 160–164. <https://doi.org/10.1177/007542429602400208>
- Davis, M. H. (1983). A Multidimensional Approach to Individual Differences in Empathy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(1), 113–126. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.44.1.113>
- Dewey, J., & Tufts, J. H. (2012). The moral development of the Greeks. In *Ethics*. (pp. 111–141). <https://doi.org/10.1037/13641-007>
- Dewi, Y. T., Pratisti, W. D., & Prasetyaningrum, J. (2019). The Effect of Roleplay to Increase Empathy Toward Students with Disruptive Classroom Behavior. *International Summit on Science Technology and Humanity (ISETH2019)*, 210–219.
- Edina, M. (2020). The role of empathy, anxiety and personality in purchasing decisions caused by advertising. *Annals of the University of Oradea. Economic Science*, 29(1), 376–386.
- Ensari, M. S. (2017). A study on the differences of entrepreneurship potential among generations. *Pressacademia*, 4(1), 52–62. <https://doi.org/10.17261/pressacademia.2017.370>
- Guthridge, M., & Giummarra, M. J. (2021). The Taxonomy of Empathy: A Meta-definition and the Nine Dimensions of the Empathic System. *Journal of Humanistic Psychology*.

- Halawa, J., & Saragih, J. L. (2017). Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak, Sikap Fiskus, terhadap Kepatuhan Wajib di KPP Pratama Lubuk Pakam. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 243–256.
- Hosmer, D. W., Lemeshow, S., & Sturdivant, R. X. (2013). Applied Logistic Regression Analysis. In *John Wiley & Sons, Inc.* (Third Edit, Vol. 3). <https://doi.org/10.2307/1270433>
- Kamil, N. I. (2015). The Effect of Taxpayer Awareness, Knowledge, Tax Penalties and Tax Authorities Services on the Tax Compliance:(Survey on the Individual Taxpayer at Jabodetabek & Bandung). *Research Journal of Finance and Accounting*, 6(2), 104–111.
- Kelm, Z., Womer, J., Walter, J. K., & Feudtner, C. (2014). Interventions to cultivate physician empathy: A systematic review. *BMC Medical Education*, 14(1), 1–11. <https://doi.org/10.1186/1472-6920-14-219>
- Khotimah, I. M. K., Susyanti, J., & Mustapita, A. F. (2020). Pengaruh Sikap Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Pelaku Ekonomi Kreatif Sub Sektor Fashion Di Kota Batu. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(05).
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. (1970). Small-Sample Techniques. *The NEA Research Bulletin*, 30, 607–610.
- Manual, V., & Xin, A. Z. (2016). Impact of Tax Knowledge, Tax Compliance Cost, Tax Deterrent Tax Measures towards Tax Compliance Behavior: A Survey on Self-employed Taxpayers in West Malaysia. *Electronic Journal of Business and Management*, 1(1), 56–70.
- McDougall, W. (1908). An Investigation of the Colour Sense of Two Infants. *British Journal of Psychology*, 1904–1920(4), 338–352.
- Moreno-Poyato, A. R., & Rodríguez-Nogueira, Ó. (2021). The association between empathy and the nurse–patient therapeutic relationship in mental health units: a cross-sectional study. *Journal of Psychiatric and Mental Health Nursing*, 28(3), 335–343.
- Nugrahani, R. F., & Andriani, F. (2020). The Effect of Service Learning to Improve Empathy to Bully in Primary School. *Proceedings of the 3rd International Conference on Psychology in Health, Educational, Social, and Organizational Settings - ICP-HESOS*, 5–11.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2021). Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2020. *Kementerian Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jendral Pajak*, 1–164. Retrieved from https://www.pajak.go.id/sites/default/files/2019-05/LAKIN_DJP_2018.pdf
- Pandit, H. (2018). Psychological Studies. In *Women of India* (pp. 187–205). <https://doi.org/10.4324/9781315233062-9>
- Ramdani, R. F., Faridah, E., & Badriah, E. (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Akuntapedia*, 1(1).
- Reilly, J. M., Trial, J., Piver, D. E., & Schaff, P. B. (2012). Using Theater to Increase Empathy Training in Medical Students. *Journal for Learning through the Arts: A Research Journal on Arts Integration in Schools and Communities*, 8(1). <https://doi.org/10.21977/d9812646>
- Savitri, E. (2015). The Effect of Tax Socialization, Tax Knowledge, Expediency of Tax ID Number and Service Quality on Taxpayers Compliance with Taxpayers Awareness as Mediating Variables. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211, 163–169.
- Savitri, E., & Musfialdy. (2016). The Effect of Taxpayer Awareness, Tax Socialization, Tax Penalties, Compliance Cost at Taxpayer Compliance with Service Quality as Mediating Variable. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 682–687. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.051>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business*.
- Sumartaya, D., & Hafidiah, A. (2014). The Influence of Taxpayer’s Awareness and Tax Morale toward Tax Evasion. *International Journal of Business, Economics and Law*, 5(1), 60–68.

- Taherdoost, H. (2017). Determining Sample Size ; How to Calculate Survey To cite this version : HAL Id : hal-02557333 Determining Sample Size ; How to Calculate Survey Sample Size. *International Journal of Economics and Management Systems*, 2, 236–239.
- Triogi, K. A., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Peraturan Perpajakan dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi yang Terdaftar di KPP Pratama Malang Utara. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 10(06).
- Utari, G. A. K. D., Datrini, L. K., & Ekayani, N. N. S. (2020). Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak pada Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Tabanan. *Jurnal Riset Akuntansi Warmadewa*, 1(1), 34–38.