

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berlandaskan hasil dan pembahasan, maka kesimpulan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kemajuan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Purbalingga. Hal ini menjelaskan bahwa jika kemajuan teknologi meningkat, maka kepatuhan pajak juga meningkat dan sebaliknya jika kemajuan teknologi menurun, maka kepatuhan pajak menurun juga. Adanya sistem elektronik, wajib pajak dapat mengurus perpajakannya kapan saja, tanpa harus ke kantor pajak. Wajib pajak akan terbantu bagi yang memiliki keterbatasan waktu atau berdomisili jauh dari kantor pelayanan. Kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan oleh teknologi perpajakan berdampak langsung pada meningkatnya kepatuhan pajak yang nantinya akan menjadikan hal penting dalam naiknya rasio kepatuhan pajak secara berkelanjutan.
2. Sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Purbalingga. Hal ini menjelaskan bahwa jika sanksi pajak meningkat, maka kepatuhan pajak juga akan meningkat dan sebaliknya jika sanksi pajak menurun, maka kepatuhan pajak akan menurun juga. Sanksi pajak menjadi langkah yang tepat bagi wajib pajak yang tidak patuh akan kewajiban perpajakan, seperti telat lapor, bayar, atau bahkan tidak lapor pajak. Sanksi perpajakan dapat berupa denda administratif, bunga keterlambatan, bahkan

ancaman pidana. Wajib pajak yang menyadari adanya konsekuensi serius jika melalaikan kewajiban perpajakan akan lebih berhati-hati dan patuh dalam pelaporan serta pembayaran pajak dengan catatan tidak melebihi batas waktu yang ada. Efektivitas sanksi pajak dalam mendorong kepatuhan menunjukkan bahwa adanya rasa takut terhadap konsekuensi hukum masih menjadi motivasi utama wajib pajak untuk patuh akan ketentuan perpajakan.

3. Iklan layanan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Purbalingga. Hal ini menjelaskan bahwa jika iklan layanan masyarakat meningkat, maka kepatuhan pajak juga akan meningkat dan sebaliknya jika iklan layanan masyarakat menurun, maka kepatuhan pajak akan menurun juga. Edukasi perpajakan dalam bentuk billboard atau banner akan memudahkan tiap individu dalam mencari informasi terkait pajak, sehingga mereka akan tahu apa saja kewajiban perpajakannya. Iklan layanan masyarakat berfungsi sebagai media komunikasi visual yang efektif, karena disampaikan secara langsung, ringkas, dan dapat diakses oleh masyarakat luas di ruang publik. Materi edukatif dalam media berupa billboard yang berkaitan dengan pentingnya membayar pajak, batas waktu pelaporan, hingga sanksi atas pelanggaran di lokasi strategis seperti jalan utama, pusat keramaian, atau area perkantoran pesan dapat lebih cepat ditangkap oleh masyarakat. Keterpaparan informasi secara berulang melalui media visual ini dapat membentuk persepsi, pemahaman, dan kesadaran baru dalam diri wajib pajak, yang pada akhirnya kepatuhan pajak akan meningkat.

5.3 Keterbatasan

Berlandaskan penelitian yang sudah dilakukan, peneliti menemukan beberapa keterbatasan sebagai berikut.

1. Jumlah responden pada penelitian ini terbatas, yaitu hanya sebanyak 100 responden atau 100 wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Purbalingga.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen, yaitu kemajuan teknologi, sanksi pajak, dan iklan layanan masyarakat.
3. Keilmuan yang dimiliki oleh peneliti masih terbatas, sehingga analisis yang dilakukan pada penelitian ini belum detail.

5.3 Saran

Berlandaskan hasil dan pembahasan serta kesimpulan, maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Direktorat Jenderal Pajak (DJP), khususnya KPP Pratama Purbalingga, dianjurkan untuk terus mengembangkan dan menyosialisasikan teknologi perpajakan seperti *e-Filing*, *e-SPT*, dan aplikasi perpajakan lainnya. Selain itu, diharapkan penegakan hukum perpajakan dilakukan secara konsisten dan adil yang di mana dilakukan dengan tetap memperhatikan prinsip edukatif. Iklan layanan masyarakat juga perlu dioptimalkan sebagai media edukasi perpajakan. Selain billboard atau banner, perlu dioptimalkan juga media digital seperti media sosial, website resmi, dan video interaktif agar pesan pajak lebih mudah menjangkau generasi muda dan masyarakat digital.

2. Peneliti berikutnya dapat mengambil data responden yang lebih banyak dengan menentukan jumlah responden yang baik menggunakan rumus *slovin* dengan *standar error* 5%.
3. Peneliti berikutnya dapat menambahkan variabel indepeden lainnya selain kemajuan teknologi, sanksi pajak, dan iklan layanan masyarakat.