

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, deskripsi, pengujian hasil penelitian, dan pembahasan, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Sanksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor, dengan *t-statistics* sebesar  $2.178 > 1.96$  dengan *p-value*  $0.029 < 0.05$ .
2. Kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor, dengan *t-statistics* sebesar  $0.353 < 1.96$  dengan *p-value*  $0.724 > 0.05$ .
3. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor, meskipun arah koefisiennya positif, dengan  $1.580 < 1.96$  dengan *p-value*  $0.114 > 0.05$ .
4. Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor, dengan *t-statistics* sebesar  $5.097 > 1.96$  dengan *p-value*  $0.000 < 0.05$ .

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

Secara keseluruhan, peneliti sangat menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan terutama dalam pelaksanaannya. Penelitian ini dilakukan sebaik mungkin, namun tidak terlepas dari keterbatasan yang ada. Keterbatasan selama penelitian yaitu:

1. Ruang lingkup penelitian terbatas pada satu lokasi, yaitu wajib pajak kendaraan bermotor yang Terdaftar pada Samsat Kabupaten Sleman. Hal ini menyebabkan hasil penelitian belum tentu dapat digeneralisasikan secara luas untuk wilayah lain dengan karakteristik sosial, budaya, dan sistem pelayanan yang berbeda.
2. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner, yang sangat bergantung pada kejujuran dan persepsi subjektif responden. Potensi bias jawaban dapat terjadi karena responden cenderung memberikan jawaban yang dianggap “benar secara sosial” (*social desirability bias*).
3. Variabel penelitian dibatasi pada empat faktor, yaitu sanksi pajak, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, dan norma subjektif. Padahal dalam praktiknya, kepatuhan wajib pajak juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti kondisi ekonomi, kemudahan akses teknologi pembayaran, maupun faktor kepercayaan terhadap pemerintah.
4. Pengukuran data bersifat *cross-sectional*, sehingga penelitian ini hanya menggambarkan kondisi pada satu periode waktu tertentu. Dengan demikian, penelitian ini belum mampu menjelaskan dinamika perubahan perilaku kepatuhan wajib pajak dalam jangka panjang.

### 5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan tersebut, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan dalam penelitian maupun praktik di masa mendatang:

## 1. Saran Berdasarkan Hasil Penelitian

- a. Karena variabel norma subjektif terbukti berpengaruh paling kuat dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, maka pemerintah daerah maupun Samsat Kabupaten Sleman perlu memanfaatkan peran lingkungan sosial, tokoh masyarakat, keluarga, maupun kelompok komunitas untuk mendorong wajib pajak agar taat membayar pajak kendaraan bermotor. Strategi yang dapat dilakukan antara lain melalui kampanye berbasis komunitas, kerja sama dengan organisasi masyarakat, dan penyebaran informasi melalui media sosial agar kepatuhan pajak menjadi budaya kolektif yang didorong oleh pengaruh sosial positif.
- b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sanksi pajak juga berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu, sanksi administratif yang ada perlu diterapkan secara konsisten dan tegas. Namun, penegakan sanksi sebaiknya diimbangi dengan penyediaan informasi yang jelas mengenai mekanisme, besaran, dan prosedur sanksi agar wajib pajak memahami konsekuensi keterlambatan pembayaran. Dengan cara ini, sanksi tidak hanya bersifat menekan tetapi juga mendidik, sehingga kepatuhan dapat ditingkatkan.
- c. Meskipun hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, bukan berarti faktor ini dapat diabaikan. Peningkatan kualitas pelayanan tetap perlu dilakukan, terutama melalui digitalisasi layanan, penyederhanaan

prosedur, serta peningkatan keramahan petugas. Upaya ini penting untuk memperkuat kepuasan masyarakat, yang secara tidak langsung dapat mendukung kepatuhan di masa mendatang.

- d. Variabel kesadaran wajib pajak tidak terbukti signifikan terhadap kepatuhan dalam penelitian ini. Namun, hal ini dapat menjadi indikasi bahwa kesadaran masyarakat masih perlu ditingkatkan melalui edukasi yang lebih intensif. Pemerintah perlu menyelenggarakan program sosialisasi yang berkesinambungan, baik secara langsung maupun melalui media digital, untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang manfaat pajak bagi pembangunan daerah. Dengan meningkatnya literasi pajak, diharapkan kesadaran akan berkontribusi lebih besar terhadap kepatuhan di masa mendatang.

## 2. Bagi Praktik Kebijakan dan Layanan

- a. Aparat pajak perlu meningkatkan efektivitas sosialisasi dan edukasi agar kesadaran wajib pajak semakin tinggi, mengingat variabel kesadaran dalam penelitian ini tidak signifikan.
- b. Peningkatan kualitas pelayanan perlu diorientasikan pada digitalisasi layanan yang lebih cepat, transparan, dan mudah diakses masyarakat.
- c. Norma subjektif terbukti menjadi faktor dominan, sehingga diperlukan strategi berbasis komunitas, tokoh masyarakat, dan pengaruh sosial untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak.
- d. Sanksi pajak tetap perlu ditegakkan secara konsisten, namun harus dibarengi dengan layanan yang memudahkan agar wajib pajak tidak

hanya patuh karena takut, tetapi juga karena kesadaran dan kemudahan.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Disarankan untuk memperluas lokasi penelitian ke beberapa wilayah atau provinsi, sehingga hasil penelitian dapat dibandingkan dan digeneralisasikan secara lebih luas.
- b. Penelitian mendatang dapat menambahkan variabel lain yang relevan, seperti tingkat literasi pajak, aksesibilitas sistem pembayaran online, kepercayaan pada pemerintah, dan faktor ekonomi wajib pajak.
- c. Perlu dilakukan penelitian longitudinal agar dapat melihat perkembangan kepatuhan wajib pajak dari waktu ke waktu.
- d. Menggabungkan pendekatan kuantitatif dengan kualitatif (*mixed methods*), sehingga dapat menggali alasan mendalam terkait perilaku wajib pajak.