

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data statistik serta pembahasan pada penelitian Penerimaan Pajak dalam Perspektif Bisnis *E-commerce* dan Insentif Pajak dengan Mediator Kepatuhan Wajib Pajak pada wajib pajak orang pribadi pelaku UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Wilayah Kota Bandung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bisnis *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak di masa pandemi. Hal ini mengindikasikan bahwa tinggi atau rendahnya penerapan *e-commerce* dalam suatu bisnis yang dimiliki wajib pajak tidak dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak di masa pandemi.
2. Insentif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak di masa pandemi. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemanfaatan insentif pajak maka semakin tinggi juga tingkat kepatuhan wajib pajak di masa pandemi.
3. Bisnis *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap penerimaan pajak di masa pandemi. Hal ini mengindikasikan bahwa tinggi atau rendahnya penerapan *e-commerce* dalam suatu bisnis yang dimiliki wajib pajak tidak mempengaruhi penerimaan pajak di masa pandemi.
4. Insentif pajak berpengaruh terhadap penerimaan pajak di masa pandemi. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemanfaatan insentif pajak maka semakin tinggi juga penerimaan pajak di masa pandemi.
5. Kepatuhan wajib pajak berpengaruh terhadap penerimaan pajak di masa pandemi. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak maka semakin tinggi juga penerimaan pajak di masa pandemi.

6. Kepatuhan wajib pajak menjadi mediator parsial pengaruh bisnis *e-commerce* terhadap penerimaan pajak di KPP Pratama Wilayah Kota Bandung. Hal ini disebabkan karena menurut hasil analisis, pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen memiliki arah negatif dan tidak signifikan dan setelah menggunakan variabel pemediasi tetap dinyatakan tidak signifikan. Karena, apapun arah hubungannya apabila nilai $t_{hitung} < 1,96$ tetap tidak signifikan (*partially mediation*).
7. Kepatuhan wajib pajak menjadi mediator parsial pengaruh insentif pajak terhadap penerimaan pajak di KPP Pratama Wilayah Kota Bandung. Hal ini disebabkan karena hasil yang positif signifikan atas pengaruh variabel pemediasi terhadap variabel endogen dan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel pemediasi juga positif signifikan, maka dapat dikatakan bahwa hasil temuan penelitian ini mendukung pengaruh mediasi secara parsial (*partially mediation*).

5.2 Implikasi dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penelitian ini mengandung implikasi bahwa bisnis *e-commerce*, insentif pajak dan kepatuhan wajib pajak memiliki peranan penting bagi penerimaan pajak di masa pandemi walaupun pada penelitian ini bisnis *e-commerce* tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dan penerimaan pajak, serta kepatuhan wajib pajak tidak dapat menjadi mediator pengaruh bisnis *e-commerce* terhadap penerimaan pajak. Pada penelitian ini juga tentu saja terdapat beberapa keterbatasan dan kelemahan diantaranya; masih terdapat beberapa responden yang tidak menerapkan *e-commerce* dalam bisnisnya oleh karena itu tidak dimasukkan sebagai jumlah sampel penelitian dan sampel menjadi sedikit, mayoritas responden memiliki usaha bidang perdagangan, penyebaran kuisioner belum terlalu luas pada KPP di Kota Bandung, pada penelitian ini hanya wajib pajak dari 4 KPP Pratama yang bersedia untuk mengisi kuisioner. Dengan hal ini pula maka, penulis mengemukakan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Bandung

Berdasarkan kesimpulan diatas, masing-masing KPP diperlukan untuk mengetahui dan mencatat keberadaan wajib pajak yang menggunakan *e-commerce* agar tetap dalam pengawasan. Sehingga apabila adanya pelanggaran kewajiban perpajakan, wajib pajak dapat dikenakan denda.

2. Bagi Wajib Pajak

Berdasarkan kesimpulan diatas, wajib pajak sebaiknya memiliki rasa ingin memahami dan kesadaran tentang hak yang seharusnya mereka peroleh di KPP sebagai wajib pajak. Hal itu akan menumbuhkan pemikiran bahwa menjadi wajib pajak juga harus diperlakukan dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya bisnis *e-commerce* dan insentif pajak dimaksudkan untuk memberikan kemudahan dalam hal perpajakan sehingga wajib pajak dapat puas dan dengan sukarela patuh untuk membayar pajak.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Diharapkan pada penelitian selanjutnya memperluas populasi dan menambah jumlah sampel penelitian, dan menyebarkan lebih banyak lagi kuisisioner. Karena dalam penelitian ini pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak hanya 56% dan pengaruh terhadap penerimaan pajak hanya 32%, dengan digunakannya variabel lain diharapkan dapat menghasilkan nilai pengaruh yang lebih besar terhadap kepatuhan wajib pajak dan penerimaan pajak.