

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan pajak, serta mengetahui peran kepercayaan kepada otoritas pajak sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan metode *Partial Least Square Stuctural Equation Modeling* (PLS-SEM), diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Insentif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar dan tepat sasaran insentif yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan pelaku UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Pemberian insentif pajak seperti pembebasan pajak, pengurangan tarif pajak, atau kemudahan administrasi perpajakan terbukti mendorong perilaku patuh.

Dengan demikian, semakin baik bentuk dan pelaksanaan insentif yang diberikan maka semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak.

2. Insentif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pada otoritas pajak.

Hal ini menunjukkan bahwa pemberian insentif pajak yang dirasakan adil dan bermanfaat mendorong terbentuknya persepsi positif serta meningkatkan kepercayaan wajib pajak terhadap otoritas pajak.

3. Kepercayaan pada otoritas pajak berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara insentif pajak dan kepatuhan pajak.

Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki peran penting dalam memperkuat pengaruh insentif terhadap kepatuhan. Dengan adanya rasa percaya, wajib pajak tidak hanya taat karena insentif tetapi karena mereka yakin bahwa kewajiban perpajakan merupakan bentuk kontribusi yang bermanfaat dan dikelola secara transparan. Dalam hal ini, kepercayaan berperan sebagai penghubung yang memperdalam dampak insentif, menjadikannya lebih efektif dalam membentuk kepatuhan yang bersifat sukarela dan berkelanjutan.

## 5.2 Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan teori perilaku wajib pajak, khususnya dalam konteks kepatuhan pajak. Secara teoritis, temuan penelitian ini mendukung dan memperluas dua teori utama, yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Slippery Slope*, dalam studi kepatuhan pajak.

Dalam konteks *Theory of Planned Behavior* (TPB), perilaku individu dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa insentif pajak mampu membentuk sikap positif wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan, sehingga mendorong niat untuk patuh. Selain itu, kepercayaan pada otoritas pajak juga berperan dalam membentuk norma dan persepsi kontrol yang memperkuat niat wajib pajak untuk berperilaku patuh.

Dengan demikian, seluruh komponen TPB terbukti relevan dalam menjelaskan hubungan antara insentif, kepercayaan dan kepatuhan.

Penelitian ini juga mendukung teori *Slippery Slope* yang menyatakan bahwa kepatuhan pajak dapat tercipta melalui dua pendekatan, yaitu kekuatan otoritas (*power*) dan kepercayaan pada otoritas (*trust*). Dalam hal ini, insentif pajak berperan sebagai bentuk pendekatan persuasif yang tidak mengandalkan pemaksaan, melainkan membangun kemauan wajib pajak untuk patuh secara sukarela. Kepercayaan kepada otoritas pajak yang terbukti memediasi pengaruh insentif terhadap kepatuhan juga menunjukkan bahwa hubungan yang dilandasi rasa percaya lebih efektif dalam mendorong kepatuhan jangka panjang.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperluas pemahaman bahwa strategi kepatuhan fiskal yang efektif tidak hanya didasarkan pada ancaman sanksi, tetapi juga pada pembangunan hubungan saling percaya antara wajib pajak dan otoritas pajak.

### **5.3 Implikasi Terapan**

Penelitian ini memberikan beberapa implikasi terapan yang dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak, khususnya bagi penelitian selanjutnya, otoritas pajak atau pemerintah serta para pelaku UMKM sebagai wajib pajak.

Implikasi tersebut dijabarkan sebagai berikut:

- 1. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penelitian-penelitian berikutnya yang ingin mengembangkan kajian serupa di bidang

perpajakan, khususnya terkait kepatuhan pajak UMKM. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan memiliki beberapa keterbatasan antara lain:

- a. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuesioner tertutup yang hanya mengukur hubungan antar variabel secara numerik tanpa menggali lebih dalam alasan dan motivasi subjektif wajib pajak dalam merespons insentif pajak maupun membentuk kepercayaan terhadap otoritas pajak.
- b. Ruang lingkup penelitian ini hanya terbatas pada pelaku UMKM di Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi ke seluruh wilayah atau sektor usaha lain.
- c. Jumlah responden dalam penelitian ini terbatas pada 91 pelaku UMKM, sehingga interpretasi hasilnya masih bersifat lokal dan kontekstual.

## 2. Bagi Otoritas Pajak atau Pemerintah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa insentif pajak yang diberikan akan lebih efektif dalam meningkatkan kepatuhan apabila disertai dengan upaya membangun kepercayaan dari pelaku UMKM terhadap otoritas pajak. Oleh karena itu, Direktorat Jenderal Pajak dan instansi terkait perlu meningkatkan transparansi dalam pengelolaan perpajakan, memperbaiki kualitas pelayanan, serta

memperluas akses informasi dan edukasi perpajakan yang mudah dipahami oleh pelaku UMKM.

### 3. Bagu Wajib Pajak UMKM

Hasil penelitian ini memberikan pemahaman bahwa kepercayaan terhadap otoritas pajak merupakan unsur penting yang dapat memperkuat pengaruh insentif pajak dalam mendorong kepatuhan pajak. Oleh karena itu, pelaku UMKM disarankan untuk meningkatkan pengetahuan perpajakan melalui pelatihan, sosialisasi, maupun konsultasi dengan pihak yang berkompeten. Dengan pemahaman yang baik pelaku UMKM dapat secara efektif memanfaatkan insentif pajak yang disediakan pemerintah.

Dengan demikian, penelitian ini menyarankan agar kebijakan perpajakan ke depan tidak hanya fokus pada aspek teknis atau administratif semata, tetapi juga mempertimbangkan pendekatan psikologis dan sosial, seperti pemberian insentif yang bermakna dan pembangunan kepercayaan. Kedua pendekatan ini secara bersamaan akan lebih efektif dalam menciptakan kepatuhan pajak yang berkelanjutan dan berbasis kesadaran, bukan semata-mata karena tekanan hukum.