

BAB VI

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menggali pengalaman subjektif wajib pajak influencer dan pelaku usaha e-commerce dalam memahami dan melaksanakan kewajiban perpajakan menggunakan pendekatan fenomenologi Edmund Husserl. Melalui wawancara mendalam, ditemukan berbagai pandangan terkait pajak, yang mencerminkan bagaimana mereka memaknai kewajiban pajak dalam kehidupan individu.

Berdasarkan analisis, terdapat beberapa esensi utama yang diperoleh:

1) Pajak sebagai Beban

Pelaku usaha atau individu dengan omzet kecil cenderung memandang pajak sebagai beban yang mengurangi pendapatan mereka.

2) Pajak sebagai Bentuk Kontribusi

Beberapa informan memaknai pajak sebagai kontribusi sosial yang mendukung pembangunan nasional.

3) Tantangan Perpajakan

Tantangan utama yang dihadapi wajib pajak meliputi rendahnya literasi pajak, kompleksitas sistem pelaporan, serta keterbatasan teknologi dalam pelayanan Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Kendala ini sering kali menyebabkan Wajib Pajak merasa kesulitan memenuhi kewajiban mereka tepat waktu.

4) Kesalahan Informasi oleh Fiskus Pajak

Salah satu temuan signifikan dalam penelitian ini adalah adanya kesalahan informasi yang disampaikan oleh fiskus DJP. Informasi yang tidak akurat dapat menurunkan kepercayaan wajib pajak terhadap otoritas pajak dan berpotensi menimbulkan kesalahan pelaporan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa pengalaman wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban pajak sangat bergantung pada akurasi informasi,

kejelasan prosedur, serta dukungan sistem yang memadai. Keberhasilan implementasi pajak di sektor digital memerlukan sinergi antara edukasi wajib pajak, penyederhanaan administrasi, dan peningkatan layanan teknologi.

Penelitian ini juga telah mengungkapkan berbagai aspek terkait pengenaan pajak terhadap influencer dan pelaku usaha. *Influencer* dalam perpajakan dikategorikan sebagai Bukan Pegawai dan dikenakan pajak berdasarkan skema pekerjaan bebas dengan perhitungan penghasilan kotor dikurangi norma dan dikenai tarif progresif Pasal 17. Perusahaan yang bekerja sama dengan influencer memiliki kewajiban untuk memotong dan melaporkan pajak bulanan, sedangkan influencer wajib melaporkan penghasilan tahunan melalui SPT Tahunan. Di sisi lain, pelaku usaha e-commerce dikenakan pajak final sebesar 0,5% dari omzet bruto apabila omzetnya berada di bawah Rp4,8 miliar.

6.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, data yang diperoleh hanya berasal dari empat informan dengan latar belakang berbeda, sehingga generalisasi hasil penelitian masih terbatas. Kedua, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam, yang mungkin menghasilkan bias interpretasi berdasarkan pengalaman subjektif informan. Ketiga, penelitian ini tidak mencakup aspek kuantitatif yang dapat memberikan gambaran lebih luas terkait pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap kepatuhan pajak.

6.3. Saran

Untuk meningkatkan kepatuhan pajak di sektor influencer dan e-commerce, beberapa saran dapat diberikan:

- 1) Bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP):

DJP perlu meningkatkan edukasi perpajakan melalui berbagai platform, seperti seminar online, tutorial video, dan infografis sederhana yang dapat diakses oleh influencer dan pelaku usaha e-commerce. Selain itu, perlu dilakukan perbaikan infrastruktur teknologi untuk memastikan kelancaran sistem pelaporan pajak, khususnya menjelang tenggat waktu

pelaporan. Kemudian, tidak hanya mengedukasi Wajib Pajak, DJP juga perlu meningkatkan pengetahuan pegawainya juga untuk menghindari adanya kesalahan penyampaian informasi.

2) Bagi Influencer dan Pelaku Usaha E-Commerce:

Influencer dan pelaku usaha e-commerce disarankan untuk meningkatkan pengetahuan pajak, baik melalui pelatihan mandiri maupun konsultasi dengan konsultan pajak untuk mencegah adanya kesalahan dalam menyerap informasi. Kemudian, literasi terhadap peraturan perundang-undangan juga perlu ditingkatkan untuk mengetahui secara pasti bahwa pengetahuan dan pelaksanaan yang telah dijalani sudah sesuai dengan aturan yang tertulis.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya:

Penelitian lanjutan dapat menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis hubungan antara faktor-faktor tertentu, seperti tingkat literasi pajak dan pengawasan DJP, terhadap kepatuhan pajak di sektor ekonomi digital. Peneliti juga disarankan untuk melibatkan lebih banyak informan dari berbagai daerah dan skala usaha untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif.

Dengan implementasi saran-saran tersebut, diharapkan tingkat kepatuhan pajak di sektor influencer dan e-commerce dapat meningkat, sehingga kontribusi mereka terhadap penerimaan negara menjadi lebih optimal.