

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti uraikan melalui bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut.

Pajak yang dibayarkan oleh setiap masyarakat berguna untuk membangun setiap daerahnya. Karena utamanya uang pajak diperuntukan untuk itu. Bahkan dalam catatan Samsat Kota Gorontalo, pajak dari kendaraan bermotorlah yang sering mengalami penunggakan yang tinggi. Maka dari itu, pihak Samsat Kota Gorontalo juga terus menggalakkan sosialisasi guna menyadarkan masyarakat agar berpartisipasi dalam sadar bayar pajak. Sosialisasi melalui media massa dan metode komunikasi secara langsung terus dilaksanakan oleh Samsat Kota Gorontalo agar supaya masyarakat sadar, dan defisit angka penunggakan setiap tahunnya mengalami tren yang sangat baik. Kesadaran masyarakatlah yang harus dipupuk untuk memberi pengetahuan lebih tentang kegunaan dan kepuasan uang pajak yang nantinya akan dibayarkan.

Olehnya dalam pelaksanaanya, pihak Samsat Kota Gorontalo telah melaksanakan beberapa indikator programnya sebagai solusi peningkatan kesadaran masyarakat wajib pajak. Diantaranya, penggunaan media sosial sebagai sosialisasi ke masyarakat, Loker pelayanan langsung, Samsat Delivery, Drive Thru, serta program Samsat Keliling dengan mendatangi lokasi yang dianggap strategis.

Jika pembayaran pajak tak mengalami kendala, maka infrastruktur publik dan fasilitas umum akan terus dibangun berdasarkan pajak yang terus dibayarkan oleh masyarakat. Namun, jika penunggakan terjadi, maka pembangunan juga akan terhalangi.

## **5.2 Saran**

Peneliti membagi saran menjadi tiga poin yaitu :

- 1) Saran pertama ditujukan bagi pemerintah khususnya bagi pemerintah daerah, agar tetap memperhatikan keberlangsungan pembayaran pajak guna mendukung pembangunan infrastruktur publik di daerah sendiri dan juga saling menguatkan antar lembaga dalam penanganan penggunaan dana pajak yang dibayarkan oleh masyarakat.
- 2) Saran kedua bagi Samsat Kota Gorontalo agar terus mengawasi pembayaran pajak pada pemilik kendaraan bermotor. Agar tidak ada lagi keterlamabatan ataupun sanksi denda yang terus disanksikan kepada penunggaka. Sosialisasi tentang betapa pentingnya membayar pajak terus digalakkan guna untuk mendukung dan meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak kendaraan bermotor dan terus melakukan pengawasan.
- 3) Saran ketiga kepada masyarakat Kota Gorontalo untuk terus menaati pembayaran pajak kendaraan bermotor, karena betapa pentingnya pajak yang dibayarkan untuk pembangunan bagi daerah Kota Gorontalo. keterlamabatan bayar pajak juga akan berdampak pada

denda atau sanksi yang akan diterima, maka dari itu kesadaran masyarakat juga sangat diperlukan dalam menjalankan sadar bayar pajak tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

**A. W, Suranto.** (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu  
**Bungin, B.** (2014). *Penelitian Kualitatif*. Kencana Prenada Media

**Bungin, Burhan.** 2006. *Sosiologi Komunikasi ( Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.

**Buwana, W.** (2015). *Komunikasi Interpersonal Dalam Dimensi Self Disclosure*.  
**Canggara, H.** (2013). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*.

**Charles R. Berger, Dkk.** 2014. *Handbook Ilmu Komunikasi*. Bandung. Nusamedia.

**Effendi, Onong Uchajana.** 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung. Citra Aditya Bakti.

**Efendi, M Bakhrun.** 2006. *Kebijakan Perpajakan di Indonesia*. Jogjakarta: Alinea Pustaka.

**Effendy, O. U.** (2001). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya  
**Effendy, O. U.** (2002). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya  
**Gusti Suawa, S.** (2013). *Strategi Komunikasi Dalam Pelayanan Pajak Bumi Dan Bangunan Di Dinas Pendapatan Daerah Di Kota Samarinda Studi Pada Dinas Pendapatan Daerah Di Samarinda*.

**Kriyantono, R.** (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

**Mardiasmo.** 2016. *Perpajakan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

**Moleong, L. J.** (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Rosdakarya

**Muhammad, Arni.** (2005). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara

**Mulyana, Deddy.** 2016. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. Remaja Rosda Karya.

**Mulyana, Deddy.** 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif :Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung Remaja Rosdakarya.

**Mansury, R.** 2009. *Kebijakan Perpajakan*. Jakarta: UI Press

**Rochmat Soemitro,** 2005. *Asas dan Dasar Perpajakan I*, Bandung : PT Eresco,

**Sugiyono.** 2016. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta.

### **Skripsi/Jurnal:**

**Dewa Paraswati Indriyanti.** 2017. *Strategi Komunikasi Interpersonal Penanganan Keterlambatan Pajak Kendaraan Bermotor di UP3AD Kabupaten*

Wonogiri. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

**Nuryamin.** 2016. Inovasi Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor UPTD Kantor Samsat Makasar. Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanudin, Makasar.

**Romi, K.** (2017). Strategi Komunikasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pekanbaru Tampan Dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak Di Pekanbaru Melalui Sistem Layanan Pajak Online E-Billing, *4*(2), 1–12.

**Internet:**

**Rezita, Rani.** Pajak Daerah. Di akses pada laman situs <https://www.online-pajak.com/pajak-daerah> tanggal 10 Juli 2019.