

ABSTRAK

Untuk meningkatkan penerimaan negara yang bersumber dari pajak, Direktorat Jenderal Pajak melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Salah satu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak adalah dengan melakukan sosialisasi perpajakan. Penelitian ini bertujuan untuk meninjau pelaksanaan sosialisasi perpajakan yang dilakukan di KPP Pratama Bekasi Utara terutama yang dilakukan melalui media sosial. Penelitian ini menelusuri bagaimana alur dan proses sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh tim penyuluh KPP Pratama Bekasi Utara dan bagaimana media sosial dimanfaatkan untuk menunjang dan meningkatkan efektivitas pelaksanaan sosialisasi perpajakan tersebut. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif berupa data sekunder yang diperoleh dari seksi Penjaminan Kualitas Data KPP Pratama Bekasi Utara. Selain itu data juga diperoleh dari hasil wawancara dengan pegawai yang berwenang dalam melaksanakan sosialisasi perpajakan di KPP Pratama Bekasi Utara. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dalam meningkatkan efektivitas pelaksanaan sosialisasi perpajakan, sedangkan sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kata kunci: kepatuhan wajib pajak, sosialisasi perpajakan, media sosial, kewajiban perpajakan

ABSTRACT

To increase state revenues from taxes, the Directorate General of Taxes makes various efforts to improve taxpayer compliance in carrying out their obligations. One of the efforts made to improve taxpayer compliance is by conducting tax socialization. This study aims to review the implementation of tax socialization carried out at KPP Pratama North Bekasi, especially those carried out through social media. This research is how the implementation of the flow and socialization process carried out by the extension team of KPP Pratama Bekasi Utara and how social media is used to help and increase the effectiveness of the tax socialization. This study uses quantitative data in the form of secondary data obtained from the Data Quality Assurance section of KPP Pratama, North Bekasi. In addition, data were also obtained from interviews with employees who carried out tax socialization at the KPP Pratama, North Bekasi. This study shows that the use of social media has a positive effect on increasing the effectiveness of the implementation of tax socialization, while the application of taxes has a positive effect on taxpayer compliance.

Keywords: taxpayer compliance, tax socialization, social media, tax obligations