

BAB IV

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya terkait dengan Sosialisasi Perpajakan oleh Tim Penyuluh KPP Pratama Bekasi Utara, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. KPP Pratama Bekasi Utara akan membentuk Tim Penyuluh yang akan bertugas untuk melakukan penyuluhan perpajakan dalam berbagai kegiatan. Awalnya, Tim Penyuluh akan membuat sebuah Rencana Kerja tahunan yang berisi tentang tema, kegiatan, target, tanggal, dan informasi lain terkait dengan penyuluhan perpajakan yang akan dilakukan. Setelah Rencana Kerja selesai dibuat, kegiatan penyuluhan akan dilakukan sesuai dengan yang tercantum di Rencana Kerja.
2. KPP Pratama Bekasi Utara menggunakan berbagai media sosial untuk melakukan sosialisasi perpajakan. Di antara lain adalah Instagram, Twitter, Facebook, WhatsApp, dan email. Media sosial tersebut digunakan sebagai sarana untuk memberikan informasi yang terkait dengan peraturan perpajakan ataupun informasi yang dapat membantu wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Selain itu wajib pajak dapat melakukan interaksi

dengan langsung dengan Tim Penyuluh melalui fitur pesan pribadi yang ada pada media sosial yang dimiliki KPP Pratama Bekasi Utara

3. Tim Penyuluh KPP Pratama Bekasi Utara sangat mendukung penggunaan media sosial sebagai sarana sosialisasi perpajakan karena dinilai lebih mudah dan dapat lebih luas menjangkau wajib pajak metode yang populer di masa kini.
4. Belum terdapat bukti bahwa penyuluhan perpajakan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan SPT Tahunan. Hal ini ditunjukkan oleh data karena ada fluktuasi jumlah wajib pajak yang penyebabnya belum diketahui oleh penulis. Jadi penulis tidak dapat menyimpulkan apakah penyuluhan perpajakan memiliki pengaruh positif atau negatif seperti yang disimpulkan pada penelitian-penelitian terdahulu.
5. Terdapat beberapa hambatan yang terjadi pada proses sosialisasi perpajakan melalui media sosial yang dilakukan oleh Tim Penyuluh KPP Pratama Bekasi Utara. Di antaranya adalah jaringan internet yang kurang stabil, wajib pajak yang kurang familiar dengan media sosial, kurangnya antusiasme wajib pajak dalam mengikuti kegiatan penyuluhan perpajakan, dan yang terakhir adalah kesulitan dalam menangani wajib pajak dalam jumlah yang besar ketika terjadi *peak season*.