

BAB IV

SIMPULAN

KPP Pratama Metro merupakan unit kantor operasional yang berada di bawah kantor wilayah DJP Bengkulu dan Lampung. KPP Pratama Metro mempunyai tugas melaksanakan pelayanan, penyuluhan, pengawasan dan penegakan hukum wajib pajak seperti PPh, PPN , PPnBM, Pajak tidak langsung dan PBB. Termasuk dalam hal menangani pelaporan pajak UMKM yang berdasarkan PP Nomor 23 Tahun 2018 serta menangani insentif pajak yang diberikan oleh pemerintah untuk wajib pajak yang terkena dampak langsung pandemi khususnya UMKM yang berada pada wilayah kerjanya yaitu: Lampung Timur, Lampung Tengah, Kota Metro. Tercatat pada Kantor Pajak Pratama Metro bahwa ada 439.990 wajib pajak yang terdaftar yang terdiri dari 15.673 wajib pajak badan dan 424.317 wajib pajak orang pribadi. Jumlah wajib pajak UMKM yang terdaftar sendiri hanya sekitar 7% yaitu berjumlah 30.408 wajib pajak dengan terdiri dari 1.149 wajib pajak badan dan 29.259 wajib pajak orang pribadi.

Dari temuan fakta yang ada, evaluasi atas pemanfaatan insentif pajak yang telah dilakukan oleh KPP Pratama Metro dapat disimpulkan beberapa hal yang berkaitan dengan tujuan Karya Tulis Tugas Akhir, diantaranya:

1. Pemanfaatan Insentif Pajak

Wajib pajak UMKM yang dapat memanfaatkan insentif pajak yang diberikan adalah mengacu pada PP Nomor 23 Tahun 2018. UMKM yang dimaksud secara umum adalah wajib pajak yang memiliki peredaran bruto dibawah 4,8 milyar. Dengan tarif yang dikenakan pada wajib tersebut merupakan tarif final sebesar 0,5%.

Indikator menunjukan suatu isentif itu dikatakan berhasil apabila dapat memenuhi beberapa indikator. Indikator pertama adalah dari wajib pajak yang ikut program insentif tersebut banyak. Maka semakin banyak wajib pajak yang ikut serta dalam program insentif ini maka semakin baik pula atau berhasil insentif itu dikeluarkan. Indikator kedua adalah insentif dikatakan berhasil apabila jumlah pajak insentif yang terealisasi atau yang terserap semakin besar. Hal ini berbanding lurus dengan indikator pertama yaitu apabila semakin banyak wajib pajak yang memanfaatkan insentif ini maka semakin besar nilai realisasi insentif pajak yang terserap. Harapan pemerintah tentunya semakin banyak yang memanfaatkan insentif ini karna diharapkan dapat membantu percepatan pertumbuhan ekonomi yang sempat terjadi karena adanya pandemi.

Gambaran pemanfaatan insentif pajak yang terjadi di KPP Pratama Metro sendiri dari rentang tahun 2020 yang merupakan tahun awal pandemi sampai tahun 2021 mengalami keadaan yang berbeda antara wajib pajak badan dan wajib pajak orang pribadi. Wajib pajak orang pribadi mengalami penurunan dalam jumlah wajib pajak yang memanfaatkan insentif namun mengalami kenaikan dalam jumlah realisasi pemanfaatan insentif pajak. Hal ini menandakan bahwa jumlah realisasi

nilai insentif yang semakin namun makin besar adalah yang memanfaatkan insentif tersebut merupakan UMKM yang memiliki omzet/ peredaran bruto yang cukup besar sehingga walau jumlah wajib pajak yang memanfaatkan semakin sedikit tetapi nilai realisasi insentifnya semakin besar. Indikasi lain adalah dengan menurunnya jumlah wajib pajak yang mengikuti insentif ini adalah karena pengusaha tersebut bisa jadi sudah tidak beroperasi atau mengalami kebangkrutan yang dialami akibat terkena dampak dari pandemi yang sedang terjadi sehingga tidak membayar pajak.

Wajib pajak badan sendiri menurut data yang diperoleh penulis bahwa, dalam kurun waktu 2020 sampai 2021 mengalami kenaikan dalam jumlah wajib pajak yang mengikuti insentif pajak dan meningkat pula dalam jumlah hal realisasi insentif pajak yang pemanfaatannya juga. Hal ini menunjukkan bahwa antara wajib pajak dan wajib pajak badan memiliki perbedaan yaitu usaha yang dijalankan oleh badan cenderung lebih dapat bertahan dalam keadaan pandemi ketimbang usaha yang dilakukan oleh pribadi sehingga dalam pemanfaatannya jumlah wajib pajak badan meningkat dua kali lipat dari tahun sebelumnya.

Secara umum KPP Pratama Metro dalam penarapan insentif dibawah wilayah kerjanya adalah telah memenuhi indicator jumlah pajak yang tereliasasi sudah cukup besar. Namun dalam jumlah wajib pajak yang mengikuti insentif pajak masih cenderung sedikit. Banyak hal yang mempengaruhi ketidakikutsertaan wajib pajak dari sosialisasi yang mungkin masih belum sampai ke wajib pajaknya atau pilihan wajib pajak sendiri yang tidak mau mengikutinya.

2. Bentuk Insentif yang Diberikan

Insentif yang diberikan kepada UMKM adalah berupa pajak yang ditanggung pemerintah. Pajak yang ditanggung oleh pemerintah adalah bukan berarti pajak dari wajib pajak yang bersangkutan tidak membayar. Pajak yang ditanggung pemerintah secara pencatatan negara tetap dianggap dibayarkan hanya saja pembayaran tidak dilakukan oleh wajib pajak tapi dilakukan oleh pemerintah. Jadi, pemerintah tetap membayarkan pajak dari wajib pajak yang memanfaatkan insentif yang diberikan dari pos belanja negara dan mencatatkan pemasukannya dalam pos penerimaan negara.

Insentif merupakan hak bagi wajib pajak. Pemerintah telah memberikan insentif yang bertujuan untuk meringankan beban wajib pajak dan diharapkan mampu meningkatkan perputaran perekonomian yang sedang lesu akibat pandemi yang sedang terjadi. Namun demikian, putusan akhir terkait apakah wajib pajak mampu memanfaatkan dan mengikuti program insentif pajak terdapat pada tangan wajib pajak sendiri tanpa ada gangguan atau pengaruh dari pihak lain dalam hal ini adalah pemerintah. Apabila wajib pajak tidak mau mengikuti program insentif dikarenakan berbagai alasan dan kondisi maka wajib pajak tetap harus mealporkan dan membayarkan pajak sesuai dengan PP Nomor 23 Tahun 2018 dan apabila wajib pajak tidak bayardan tidak lapor maka akan diberikan sanksi.

3. Sosialisasi atas Insentif yang Diberikan Pemerintah

Sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah untuk menyampaikan kepada wajib pajak dengan adanya insentif pajak atau adanya aturan yang baru ini dilakukan dengan berbagai cara. Direktorat Jenderal Pajak yang direpresentasikan

sebagai kantor pusat menyosialisasikan dengan cara melaksanakan webinar terkait insentif pajak ini serta menyampaikan pesan elektronik massal yang ditujukan kepada wajib pajak yang terdaftar di kantor DJP. Pesan massal ini berisikan berupa pemberitahuan serta himbauan kepada wajib pajak untuk memanfaatkan insentif pajak yang diberikan.

Sedangkan, sosialisasi yang dilakukan oleh KPP Pratama Metro terbagi menjadi 2 metode yaitu secara *online* dan *offline*. Metode online dilaksanakan dengan mempertimbangkan adanya pandemi. Dengan adanya pandemi menjadi kesulitan sendiri bagi KPP Pratama Metro dalam penyampaian informasi terkait perpajakan terganggu karena wajib pajak tidak diperkenankan untuk datang ke kantor serta pegawai atau petugas pajak pun bekerja dari rumah dan tidak pula datang ke kantor. Adapun cara yang dilakukan adalah penyampaian pesan massal melalui aplikasi *whatsapp* yang isinya sama dengan apa yang disampaikan oleh DJP kepada wajib pajak melalui pesan elektronik massal. Selain itu KPP Pratama Metro juga melakukan pengoptimalan sosialisasi menggunakan media sosial yang dimiliki oleh KPP Pratama Metro dalam hal ini contohnya seperti Instagram. Selain itu KPP Pratama Metro juga melakukan sosialisasi menggunakan aplikasi *zoom*. Dalam setiap pertemuan daring seperti itu biasanya dapat diisi oleh 10 -20 wajib pajak yang dapat menanyakan dan mengeluh terkait permasalahan pajaknya secara langsung oleh petugas pajak yang ada.

Metode sosialisasi secara *offline* dilakukan pula dengan menggunakan cara pemasangan pemasangan banner terkait informasi perpajakan. Pemasangan banner dilakukan pada tempat tempat strategis yang diharapkan dapat dilihat oleh orang

banyak dan informasi yang diberikan cepat tersebar. Selain itu terdapat *event-event* yang diadakan oleh KPP Pratama Metro yang menasar pelajar seperti pajak *goes to school* dan pajak bertutur. Harapan dengan acara diadakan yang targetnya merupakan para pelajar diharapkan dapat memahami karena secara pemahaman terkait teknologi dan daya tangkap terkait informasi yang diterima lebih mudah dipahami oleh anak muda daripada orang tua. Sehingga para pelajar yang mengikuti acara tersebut dengan jumlah partisipasi mencapai ratusan orang dapat menyebarkan lagi kepada orang tua atau masyarakat secara luas tentang pengetahuan pajak yang telah diberikan.

4. Kendala yang Dihadapi saat Sosialisasi

Kendala yang dihadapi KPP Pratama Metro dalam hal sosialisasi tentang informasi insentif dan aturan ini cukup banyak. Salah satunya adalah luas wilayah kerja KPP Pratama Metro yang cukup luas dengan didalamnya terdapat 3 wilayah kabupaten atau kota cukup menyulitkan sosialisasi yang dilakukan. Selain itu kualitas sumber daya manusia yang masih kurang terhadap perkembangan teknologi menjadi tantangan sendiri bagi KPP Pratama dalam pemberitahuan informasi perpajakan tersebut. Karena keterbatasan ruang gerak serta meminimalisir kontak fisik secara langsung maka sosialisasi dilakukan dengan menggunakan metode daring yang memerlukan pengetahuan tentang teknologi yang cukup. Dalam prakteknya masih banyak wajib pajak yang tidak mengerti bagaimana sosialisasi lewat daring ini dapat digunakan dan dimaksimalkan. Disisi lain juga kualitas internet yang belum merata juga masih menjadi kendala karena apabila sosialisasi lewat daring dan terdapat kendala seperti sinyal yang kurang stabil

hal itu akan menjadi kendala tersendiri bagi wajib pajak dalam menerima informasi dan kendala juga bagi petugas pajak dalam menyosialisasikan terkait peraturan yang baru tersebut.

Langkah mitigasi yang dilakukan oleh KPP Pratama Metro untuk menanggulangi kendala yang dihadapi adalah dengan metode jemput bola. Metode ini dilakukan dengan menghubungi langsung wajib pribadi secara personal bahwa terdapat insentif pajak atau akan diadakan sosialisasi lewat daring. Walaupun dalam prakteknya metode yang dilakukan ini tidak terlalu berjalan secara optimal karena jumlah wajib pajak yang terdaftar cukup banyak dan petugas pajak dan pegawai yang tersedia dalam jumlah yang terbatas maka belum juga dapat menggapai keseluruhan wajib pajak yang terdaftar yang tersebar dalam tiga wilayah kerja yang cukup luas.