

## **EFEKTIVITAS KEGIATAN SOSIALISASI PERPAJAKAN MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DALAM UPAYA PENINGKATAN KEPATUHAN PAJAK ORANG PRIBADI PADA KPP PRATAMA MAJALAYA**

**Fadhila Alma Maulida<sup>1</sup>, Muhammad Ridwan<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>*Administrasi Publik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia, fadhilaalmamaulida@gmail.com*

<sup>2</sup>*Administrasi Publik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia, mr.mhridwan@uinsgd.ac.id*

### **Abstrak**

Penelitian ini meneliti efektivitas sosialisasi perpajakan melalui Instagram yang dilakukan oleh KPP Pratama Majalaya dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, digunakan untuk kepentingan negara dan kesejahteraan masyarakat. Sosialisasi perpajakan melalui media sosial bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran wajib pajak tentang kewajiban perpajakan mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis data menggunakan teknik dari Michael Huberman dan Matthew Milles. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi melalui Instagram efektif dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran wajib pajak, meskipun masih ada tantangan dalam memastikan kepatuhan tepat waktu. Indikator efektivitas meliputi pemahaman program, ketepatan sasaran, ketepatan waktu, pencapaian tujuan, dan perubahan nyata. Meskipun terjadi peningkatan pelaporan SPT tepat waktu pada tahun 2023 dibandingkan 2022, diperlukan evaluasi dan penyesuaian strategi untuk meningkatkan konsistensi dan efektivitas program ini.

**Kata Kunci:** *Sosialisasi Perpajakan, Kepatuhan Pajak Orang Pribadi, Governansi Digital, Media Sosial, KPP Pratama Majalaya*

### **Latar Belakang**

Pajak merupakan sumber penerimaan negara dalam menopang pembiayaan pembangunan yang bersumber dalam negeri. P.J.A. Adriani mengemukakan bahwa pajak merupakan iuran masyarakat kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (undang-undang) dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan. (Ester, Nangoi, & Alexander, 2017). Dapat disimpulkan bahwa pajak adalah iuran wajib yang harus dibayar rakyat yang disetorkan pada kas negara berdasarkan undang-undang sehingga sifatnya memaksa walaupun tanpa mendapatkan balasan jasa secara langsung.

Peningkatan penerimaan negara dari sektor pajak merupakan salah satu sumber pembiayaan yang masih sangat potensial, terutama mengingat pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia. Pajak dapat digunakan untuk mengatur perekonomian negara. Salah satu jenis pajak yang memiliki dampak terbesar adalah pajak penghasilan. Pajak penghasilan adalah pajak subjektif yang dikenakan kepada subjek pajak terkait penghasilan yang diperoleh dalam satu tahun pajak. Kesadaran dan kepatuhan wajib pajak memainkan peran penting dalam keberhasilan sistem perpajakan.

Pada awal pandemi, penerimaan pajak mengalami tekanan akibat penurunan aktivitas ekonomi dan pemberian insentif pajak untuk menjaga kelangsungan bisnis. Namun, seiring dengan pemulihan ekonomi dan kenaikan harga komoditas, pendapatan negara, termasuk penerimaan pajak, meningkat secara signifikan. Dengan perkiraan bahwa pemulihan ekonomi pada tahun 2023 akan semakin kuat, pemerintah optimis bahwa pendapatan negara, terutama

penerimaan pajak, akan terus meningkat. Oleh karena itu, Pemerintah dan DPR RI sepakat untuk menargetkan penerimaan pajak tahun 2023 mencapai Rp 2.021,2 triliun. Yang merupakan angka tertinggi dalam sejarah, jika di dibandingkan dengan target tahun sebelumnya yakni tahun 2022 sebesar 1.262,9 triliun.

**Tabel 1**  
**Jumlah Penerimaan Pajak Tahun 2022-2024**

Sumber Penerimaan - Keuangan	Realisasi Pendapatan Negara (Milyar Rupiah)					
	2022		2023		2024	
I. Penerimaan	Rp	2.630.147,00	Rp	2.634.148,90	Rp	2.801.862,90
Penerimaan Perpajakan	Rp	2.034.552,50	Rp	2.118.348,00	Rp	2.309.859,80
Pajak Dalam Negeri	Rp	1.943.654,90	Rp	2.045.450,00	Rp	2.234.959,30
Pajak Penghasilan	Rp	998.213,80	Rp	1.040.798,40	Rp	1.139.783,70
PPNBM	Rp	687.609,50	Rp	742.264,50	Rp	811.365,00
Pajak Bumi dan Bangunan	Rp	23.264,70	Rp	25.462,70	Rp	27.182,20
Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan	Rp	-	Rp	-	Rp	-
Cukai	Rp	226.880,80	Rp	227.210,00	Rp	246.079,40
Pajak Lainnya	Rp	7.686,10	Rp	9.714,40	Rp	10.549,00
Pajak Perdagangan Internasional	Rp	90.897,60	Rp	72.898,00	Rp	74.900,50
Bea Masuk	Rp	51.077,70	Rp	53.094,00	Rp	57.372,50
Pajak Ekspor	Rp	39.819,90	Rp	19.804,00	Rp	17.528,00
Penerimaan Bukan Pajak	Rp	595.594,50	Rp	515.800,90	Rp	492.003,10
Penerimaan Sumber Daya Alam	Rp	268.770,80	Rp	223.312,10	Rp	207.669,60
Pendapatan dari Kekayaan Negara yang Dipisahkan	Rp	40.597,10	Rp	81.535,80	Rp	85.845,50
Penerimaan Bukan Pajak Lainnya	Rp	196.324,30	Rp	131.493,60	Rp	115.136,00
Pendapatan Badan Layanan Umum	Rp	89.902,30	Rp	79.459,40	Rp	83.352,00
II. Hibah	Rp	5.696,10	Rp	3.100,00	Rp	430,60
<b>Jumlah</b>	<b>Rp</b>	<b>2.635.843,10</b>	<b>Rp</b>	<b>2.637.248,90</b>	<b>Rp</b>	<b>2.802.293,50</b>

**Sumber:** Badan Pusat Statistik (BPS)

Dari data tersebut tentunya penerimaan pajak sudah mencapai sesuai dengan target penerimaan. Hal tersebut dapat tercapai melalui strategi yang komprehensif dan berkelanjutan yang dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak (DJP) salah satunya yakni dengan peningkatan Tax Administrasion. Administrasi perpajakan adalah cara-cara atau prosedur pengenaan dan pemungutan pajak. Ini mencakup seluruh rangkaian proses yang melibatkan pemahaman wajib pajak tentang kewajiban pajak mereka, bagaimana menghitung, membayar, dan melaporkan pajak yang terutang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Administrasi perpajakan juga meliputi upaya edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak. Tentunya administrasi perpajakan juga berperan penting dalam menentukan tingkat kepatuhan wajib pajak. Menurut Zulma (Zulma, Lutfi, & Gowon, 2019) untuk mencapai administrasi pajak yang efektif, diperlukan upaya membangun lingkungan masyarakat yang termotivasi untuk secara sukarela mematuhi undang-undang perpajakan. Hal ini bertujuan untuk membentuk karakteristik wajib pajak yang memiliki kesadaran yang baik dan secara sukarela taat dalam membayar pajak.

Untuk membangun lingkungan masyarakat yang memiliki kesadaran pajak yang tinggi maka administrasi perpajakan ini bertugas membina wajib pajak melalui sosialisasi yang terstruktur, terarah, terukur, dan berkelanjutan, sesuai dengan Peraturan DJP Nomor: PER-03/PJ/2013 tentang Pedoman Penyuluhan Perpajakan. Kegiatan yang menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk membayar pajak sesuai ketentuan diperlukan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

KPP Pratama Majalaya, dalam visi menjadi Kantor Pelayanan Pajak yaitu menjadi model pelayanan masyarakat yang menyelenggarakan sistem dan manajemen perpajakan kelas dunia, yang dipercaya dan dibanggakan masyarakat. KPP Pratama Majalaya berupaya meningkatkan penerimaan pajak dan memberikan pelayanan optimal. Kegiatan sosialisasi perpajakan di KPP Pratama Majalaya, seperti pajak bertutur, seminar, workshop, dan sosialisasi melalui media sosial seperti Instagram dan kanal Youtube, bertujuan memudahkan masyarakat dalam menghitung, membayar, dan melaporkan pajak. Hal ini diharapkan meningkatkan jumlah wajib pajak, yang saat ini mencapai 406.780 orang, serta kepatuhan mereka, yang berdampak positif pada penerimaan pajak.

**Tabel 2**  
**Jumlah Wajib Pajak Terdaftar di KPP Pratama Majalaya**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah</b>
2022	372.066
2023	394.846
2024	406.780

**Sumber:** KPP Pratama Majalaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur efektivitas sosialisasi perpajakan melalui Instagram yang dilakukan oleh KPP Pratama Majalaya dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Dengan demikian, diharapkan penerimaan pajak dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pembangunan nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan, serta menambah jumlah wajib pajak yang terdaftar dan aktif.

### **Kajian Literatur**

#### **Teori Kepatuhan**

Menurut Harahap dalam (Prabowo, 2015) menjelaskan bahwa kepatuhan adalah salah satu faktor penting dalam menciptakan nilai perusahaan. Teori kepatuhan bisa mendorong individu, terutama Wajib Pajak, untuk lebih menaati peraturan yang ada. Indonesia menerapkan sistem self assessment dimana kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan menjadikannya aspek yang sangat penting. Wajib Pajak bertanggung jawab untuk memenuhi semua kewajiban perpajakan secara akurat dan tepat waktu.

Hal ini kemudian dapat memotivasi Wajib Pajak untuk mengisi formulir SPT dengan benar, lengkap, dan jelas, melakukan perhitungan yang akurat, membayar tepat waktu, dan menghindari penerimaan surat teguran.

#### **Konsep Pajak**

Menurut Mardiasmo (2011:23), pajak adalah kontribusi wajib dari Wajib Pajak kepada negara, yang terutang oleh individu atau badan hukum. Pajak ini bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dan tidak memberikan imbalan langsung kepada pembayar, melainkan digunakan untuk kepentingan negara guna mencapai sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

#### **Sosialisasi Perpajakan**

Sosialisasi perpajakan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam hal ini yaitu Direktorat Jendral Pajak (DJP) untuk meningkatkan pemahaman dan kepatuhan serta meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan pemahaman masyarakat mengenai peraturan dan kewajiban perpajakan. Menurut Herryanto dan Toly dalam Nareswari (Waang, 2023) Sosialisasi

dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu: a) Sosialisasi langsung adalah kegiatan sosialisasi perpajakan yang melibatkan interaksi langsung dengan Wajib Pajak atau calon Wajib Pajak. Contoh sosialisasi langsung yang telah dilakukan mencakup seminar, workshop, dan sejenisnya. b) Sosialisasi tidak langsung adalah kegiatan sosialisasi perpajakan kepada masyarakat tanpa atau dengan sedikit interaksi langsung dengan peserta. Contohnya meliputi penggunaan media sosial seperti memanfaatkan Instagram dengan membagikan informasi penting melalui Feeds, melakukan siaran langsung, selain itu juga talkshow atau iklan di TV dan radio, serta media cetak seperti koran, brosur perpajakan, dan spanduk.

### **Teori Efektivitas**

Secara etimologis, kata "efektif" sering diartikan sebagai mencapai tujuan yang diinginkan (producing desired result), memberikan dampak yang menyenangkan (having a pleasing effect), dan bersifat aktual serta nyata (actual and real). (Umam, 2010). Sedangkan Efektivitas adalah proses pelaksanaan kegiatan yang menggunakan ketepatan antara harapan dengan hasil akhir (Makmur, 2011). Kemudian Menurut Handyaningrat dalam Nuraida (2019) bahwa efektivitas merupakan ketercapaian sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, dimana apabila sasaran dan tujuan tercapai sesuai yang telah ditentukan sebelumnya maka program dikatakan efektif, namun apabila sasaran dan tujuannya tidak sesuai maka dikatakan tidak efektif suatu program. Sehingga efektivitas ini merupakan keadaan di mana hasil kerja mencapai kesempurnaan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan. Jika konsep efektivitas dikaitkan dengan penerimaan pajak, maka efektivitas penerimaan pajak adalah kemampuan kantor pajak dalam mencapai target penerimaan pajak berdasarkan realisasi penerimaan yang telah diperoleh. Artinya, sejauh mana kantor pajak dapat memenuhi target penerimaan pajak yang telah ditetapkan.

Selanjutnya menurut Sutrisno (2010) dikutip oleh (Fauziah, Sugiarti, & Ramdani, 2022) indikator efektivitas program mencakup beberapa aspek penting. Pertama, pemahaman program, di mana realisasi program harus berjalan dengan lancar dan pemahaman yang baik terhadap program sangat diperlukan oleh para penerima sasaran agar program berjalan dengan efektif. Kedua, ketepatan sasaran, yang berarti target program harus sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan sebelumnya agar program bisa dilaksanakan dengan baik. Ketiga, ketepatan waktu, di mana program dianggap efektif jika sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, semakin tepat waktu pelaksanaannya, semakin efektif program tersebut. Keempat, tercapainya tujuan, yang menunjukkan bahwa program semakin efektif jika memberikan manfaat yang signifikan. Terakhir, perubahan nyata, di mana program dianggap efektif jika menghasilkan perubahan nyata yang dirasakan langsung oleh sasaran program.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan indikator efektivitas program dari Sutrisno dimana efektivitas suatu program harus memenuhi lima indikator efektivitas program, diantaranya: 1) pemahaman program, 2) ketepatan sasaran, 3) ketepatan waktu, dan 4) tercapainya tujuan, 5) perubahan nyata.

### **Metode**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengumpulkan data primer dan sekunder melalui studi pustaka dan wawancara secara langsung di lapangan. Setelah data terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data dari Michael Hubberman dan Matthew Milles (1992) dalam Anis Fuad (2013) yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Setelah itu dilakukan validasi data melalui check and recheck data.

## **Hasil dan Pembahasan**

Dalam Surat Edaran Direktur Jendral Pajak Nomor SE – 05/PJ/2013 Tentang Tata Cara Pelaksanaan Kegiatan Penyuluhan Perpajakan yang bertujuan untuk: 1) Memberikan pedoman pelaksanaan kegiatan penyuluhan perpajakan kepada unit kerja 2) Membangun pola penyuluhan yang lebih terstruktur, terarah dan terukur; dan 3) Mewujudkan efektivitas pelaksanaan kegiatan penyuluhan perpajakan. Sehingga hal tersebut menjadi pedoman bagi pegawai Kantor Pajak Pratama Majalaya untuk melakukan kegiatan penyuluhan dan sosialisasi perpajakan. Mengingat visi dari KPP Pratama Majalaya yaitu menjadi model pelayanan masyarakat yang menyelenggarakan sistem dan manajemen perpajakan kelas dunia, yang dipercaya dan dibanggakan masyarakat. Sehingga sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi digital KPP Pratama Majalaya melakukan inovasi sesuai dengan perkembangan zaman yakni dengan membuat program "Sosialisasi Perpajakan Melalui Media Sosial Instagram"

Program Sosialisasi Perpajakan merupakan program yang bertujuan untuk mengedukasi wajib pajak untuk lebih memahami terkait dengan dengan perpajakan. Relawan Pajak merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak yang salah satu tugasnya yakni memberikan sosialisasi perpajakan baik secara langsung maupun melalui media sosial salah satunya instagram. Sebelum resmi menjadi Relawan Pajak dilakukan dahulu seleksi mulai dari pendaftaran, seleksi wawancara, sampai dengan pembekalan. Program Relawan Pajak ini berjalan selama satu tahun.

Efektivitas Program Sosialisasi Perpajakan melalui media sosial instagram dalam upaya peningkatan kepatuhan pajak orang pribadi di KPP Pratama Majalaya diukur melalui indikator efektivitas program dari Sutrisno (Sutrisno, 2010), dimana terdapat lima indikator, yaitu: pemahaman program, ketepatan sasaran, ketepatan waktu, tercapainya tujuan dan perubahan nyata. Menurut (Sutrisno, 2010), indikator pemahaman program adalah realisasi program sehingga program dapat berjalan dengan lancar. Pemahaman program sangat diperlukan oleh para sasaran program agar program berjalan dengan baik. Dalam konteks sosialisasi perpajakan melalui media sosial Instagram, pemahaman program ini diukur dari sejauh mana peserta memahami adanya program tersebut. Artinya, semakin paham sasaran program terhadap sosialisasi perpajakan melalui media sosial, maka semakin efektif program tersebut.

Indikator pemahaman program ini memiliki dua sub indikator, yaitu pemahaman atau pengetahuan wajib pajak tentang sosialisasi perpajakan melalui Instagram yang terkait dengan kegiatan SPT Tahunan Orang Pribadi. Berdasarkan wawancara dengan pegawai KPP Pratama Majalaya yang bertugas sebagai penyuluh perpajakan, ditemukan bahwa para wajib pajak dapat memahami dengan baik tujuan program sosialisasi perpajakan melalui media sosial ini. Hal ini disebabkan oleh upaya KPP Pratama Majalaya dalam memberikan informasi yang sangat jelas, terutama pada postingan feeds Instagram yang menjelaskan informasi secara rinci di setiap slide. Selain itu, sosialisasi juga dilakukan secara langsung melalui fitur live Instagram, yang tidak hanya mencakup sosialisasi SPT Orang Pribadi tetapi juga isu-isu dan peraturan perpajakan terkini. Sementara itu Instagram dari KPP Prtama Majalaya yaitu dengan username @pajakmajalaya dan memiliki 3.353 pengikut. (Wawancara, 19 Juni 2024).

Menurut (Sutrisno, 2010), indikator ketepatan sasaran program adalah kesesuaian sasaran dengan aturan yang telah ditentukan sebelumnya agar program dapat dilaksanakan secara efektif. Dalam konteks Program Sosialisasi Perpajakan melalui Instagram, indikator ini telah dinilai dengan tepat. Hal ini dikonfirmasi melalui wawancara dengan tiga orang wajib pajak yang

memiliki penghasilan berbeda-beda. Tarif pajak merupakan tarif yang dikenakan kepada wajib pajak dalam bentuk presentase yang memiliki penghasilan, penghasilan tersebut mulai dari 60.000.000 – 5.000.000.000 pertahun.

Pada sosialisasi perpajakan ini, waktu postingan di feeds disesuaikan dengan periode perpajakan tertentu.

**Gambar 1**  
**Postingan Sosialisasi Perpajakan di Instagram KPP Pratama Majalaya**



**Sumber:** Dokumen Penulis (2024)

Sementara itu, sosialisasi melalui fitur Instagram live yang dilakukan setelah pemberitahuan terlebih dahulu melalui postingan sebelumnya terkait kegiatan sosialisasi.

**Gambar 2**  
**Sosialisasi Pelaporan SPT Melalui Fitur Live Instagram KPP Pratam Majalaya**



**Sumber:** Dokumen Penulis (2024)

Harapannya, wajib pajak yang mengikuti akun Instagram KPP Pratama Majalaya dapat mengakses informasi tersebut. Pemberitahuan ini juga dilakukan secara offline kepada wajib pajak yang datang ke KPP Pratama Majalaya. (Wawancara, 19 Juni 2024)

Indikator ketepatan waktu dalam pengukuran efektivitas program menurut (Sutrisno, 2010) adalah suatu program dikatakan efektif apabila sesuai dengan waktu yang telah ditentukan sebelumnya dan semakin tepat waktu suatu program maka semakin efektif pula program tersebut. Ketepatan waktu dalam program berarti penggunaan waktu tidak lebih dan tidak kurang dari waktu yang telah ditentukan sebelumnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti,

dapat diketahui bahwa indikator ketepatan waktu dalam Program Sosialisasi Perpajakan melalui media sosial Instagram ini dinilai cukup efektif.

Hasil wawancara dengan pegawai KPP Pratama Majalaya yang bertugas sebagai penyuluh perpajakan mengungkapkan bahwa ketepatan waktu sudah sesuai dengan target atau tujuan sosialisasi pada periode waktu tertentu. Sebagai contoh, pada bulan Januari-Maret, sosialisasi terkait dengan pelaporan SPT Tahunan Orang Pribadi dilakukan secara intensif. Selain itu, sosialisasi juga dilakukan kepada PKP mengenai tata cara pelaporan, batas pelaporan, dan lainnya (Wawancara, 19 Juni 2024).

Tercapainya tujuan dalam efektivitas program menurut Sutrisno (2010) yaitu apabila semakin memberikan manfaat suatu program maka semakin efektif pula program tersebut. Efektivitas sosialisasi perpajakan melalui Instagram memiliki tujuan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Majalaya. Program ini menjadi salah satu langkah untuk terus mengedukasi wajib pajak aware terkait pentingnya pelaporan dan pembayaran pajak dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai KPP Pratama Majalaya yang bertugas sebagai penyuluh perpajakan mengungkapkan bahwa kegiatan sosialisasi perpajakan melalui Instagram ini telah meningkatkan pemahaman Wajib Pajak, akan tetapi walaupun dilaksanakan sosialisasi terkait SPT tahunan di hari ini, belum tentu wajib pajak melaporkan SPT di hari yang sama, tetapi setidaknya meningkatkan pemahaman wajib pajak untuk melaporkan SPT walaupun masih banyak yang melaporkan tidak tepat waktu. (Wawancara, 19 Juni 2024)

Indikator perubahan nyata menurut Sutrisno (Sutrisno, 2010) menyatakan bahwa suatu program dikatakan efektif apabila program memiliki perubahan nyata yang diperoleh secara langsung oleh sasaran program. Perubahan nyata dalam kegiatan sosialisasi perpajakan melalui Instagram adalah sejauh mana tingkat keberhasilan kegiatan tersebut dalam mewujudkan perubahan. KPP Pratama Majalaya berharap agar kegiatan sosialisasi perpajakan melalui Instagram dapat menghasilkan perubahan pola pikir masyarakat, dari yang awalnya kurang peduli terhadap pelaporan dan pembayaran pajak menjadi lebih sadar dan patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah wajib pajak yang patuh dan pada akhirnya berdampak positif pada penerimaan pajak di Kabupaten Bandung.

Berdasarkan hasil wawancara terdapat peningkatan secara tepat waktu dalam pelaporan SPT orang pribadi, setidaknya pelaporan menjadi hal yang paling utama untuk melihat sejauh apa kepedulian wajib pajak terhadap pentingnya pajak dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga untuk penerimaan pajak ini berdasar pada situasi akan tetapi untuk pelaporan terdapat peningkatan.

**Tabel 3**  
**Jumlah OP Lapor SPT Tahunan Tepat Waktu**

Tahun Pajak	Jumlah
2021	77.438
2022	37.114
2023	51.764

**Sumber:** KPP Pratama Majalaya (2024)

Dari data tersebut, terlihat bahwa meskipun ada fluktuasi jumlah wajib pajak yang melaporkan SPT tepat waktu, secara keseluruhan ada tren peningkatan pada tahun 2023 dibandingkan dengan tahun 2022. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan melalui Instagram mulai membuahkan hasil dengan meningkatnya kesadaran dan kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan pajaknya secara tepat waktu. Namun, masih diperlukan evaluasi lebih lanjut

untuk memahami faktor-faktor yang menyebabkan fluktuasi jumlah pelaporan tersebut. Selain itu, peningkatan dan konsistensi dalam sosialisasi serta pendampingan kepada wajib pajak sangat penting untuk memastikan bahwa perubahan pola pikir ini dapat terus dipertahankan dan ditingkatkan.

Program-program tambahan seperti seminar, workshop, dan penyuluhan secara langsung atau melalui media sosial lainnya juga dapat membantu memperkuat efektivitas kegiatan sosialisasi perpajakan ini. Dengan upaya yang terus menerus dan strategi yang tepat, diharapkan jumlah wajib pajak yang melaporkan SPT secara tepat waktu akan terus meningkat, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada penerimaan pajak dan pembangunan nasional.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan hasil wawancara yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi perpajakan melalui Instagram yang dilaksanakan oleh KPP Pratama Majalaya memiliki dampak positif dalam meningkatkan pemahaman dan kepatuhan wajib pajak orang pribadi terhadap pelaporan dan pembayaran pajak.

Pemahaman Program sosialisasi perpajakan melalui Instagram dinilai efektif dalam meningkatkan pemahaman wajib pajak tentang kewajiban perpajakan mereka. Informasi yang disampaikan melalui postingan dan live Instagram telah membantu wajib pajak memahami proses pelaporan dan pentingnya kepatuhan pajak. Program ini telah berhasil menjangkau sasaran yang tepat, yaitu wajib pajak orang pribadi di Kabupaten Bandung, dengan cara yang sesuai dengan perkembangan teknologi dan media sosial yang populer di kalangan masyarakat.

Program sosialisasi ini dinilai cukup efektif dalam hal ketepatan waktu. Meskipun masih ada wajib pajak yang melaporkan SPT tidak tepat waktu, terdapat peningkatan jumlah pelaporan SPT tepat waktu pada tahun 2023 dibandingkan tahun 2022. Tujuan dari program sosialisasi perpajakan melalui Instagram adalah untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dan penerimaan pajak. Meskipun pelaporan SPT belum sepenuhnya tepat waktu, program ini telah berhasil meningkatkan kesadaran wajib pajak akan pentingnya pelaporan dan pembayaran pajak.

Program ini telah membawa perubahan nyata dalam pola pikir masyarakat, dari yang kurang peduli menjadi lebih sadar akan kewajiban perpajakan mereka. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah wajib pajak yang melaporkan SPT tepat waktu. Namun, masih diperlukan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan konsistensi dan efektivitas program ini. Evaluasi berkelanjutan dan penyesuaian strategi diperlukan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi fluktuasi jumlah pelaporan SPT dan untuk memastikan bahwa program ini dapat memberikan dampak yang lebih besar di masa mendatang. Program tambahan seperti seminar, workshop, dan penyuluhan langsung atau melalui media sosial lainnya juga dapat memperkuat efektivitas kegiatan sosialisasi perpajakan ini.

### **Referensi**

- Ester, K. G., Nangoi, G. B., & Alexander, S. W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak Dan Pengetahuan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kelurahan Kleak Kecamatan Malalayang Kota Manado. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 12(2), 523–530. <https://doi.org/10.32400/gc.12.2.17951.2017>
- Fauziah, W. R., Sugiarti, C., & Ramdani, R. (2022). Efektivitas program wirausaha pemuda dalam upaya penurunan angka pengangguran terbuka di kabupaten tegal pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 367–375. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i2.11001>

- 
- 
- Prabowo, A. D. (2015). Efektivitas Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan Spt Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan, Penyuluhan, Dan Konsultasi Perpajakan (Kp2Kp) Tondano. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 1063–1070. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i1.7811>
- Makmur. (2011). Efektivitas Kebijakan Kelembagaan Pengawasan. Jakarta: PT Refika Aditama.
- Sutrisno. (2010). Budaya Organisasi. Jakarta: Kencana.
- Peraturan DJP Nomor: PER-03/PJ/2013 tentang Pedoman Penyuluhan Perpajakan. Badan Pusat Statistik
- Umam, K. (2010). Perilaku Organisasi. Bandung: Pustaka Setia.
- Waang, A. M. (2023). Analisis Pengaruh Sosialisasi Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Pajak, Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan di Kelurahan Kabola Kecamatan Kabola Kabupaten Alor Aneke Marta Waang Program Studi Manajemen Fakultas E, 9(September), 767–782.
- Zulma, G. W. M., Lutfi, L., & Gowon, M. (2019). Era Baru: Persepsi Mendasar Wajib Pajak terhadap Tingkat Kepatuhan Pajak. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(2), 113. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v3i2>