

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada awal tahun 2014 Kantor Pelayanan Pajak Pratama di berbagai daerah gencar melakukan sosialisasi layanan *e-filing*. Kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh KPP Pratama adalah bentuk kegiatan komunikasi dengan strategi komunikasi persuasif. Komunikasi tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia, Manusia adalah makhluk sosial yang dalam kehidupannya membutuhkan orang lain untuk berinteraksi dan melangsungkan kehidupannya dalam mengubah pemikiran dan tingkahlaku. komunikasi merupakan suatu jembatan dalam proses penyebaran informasi baik berupa konsep-konsep, program-program dan produk layanan yang disosialisasikan kepada masyarakat luas khususnya kepada wajib pajak, yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada wajib pajak.

Salah satu Kantor Pelayanan Pajak yang melakukan kegiatan sosialisasi layanan *e-filing* adalah KPP Pratama Purwakarta. *E-filing* adalah suatu sistem penyampaian SPT (Surat Pemberitahuan) secara elektronik yang dilakukan melalui sistem online dan real time. Dalam era globalisasi yang serba mudah dan cepat Dirjen Pajak membutuhkan paradigma baru dalam pengelolaan fiskal yang berguna untuk mendukung karakter *good governance*, dan dukungan terhadap produk domestik bruto (PDB) dari sektor pajak. oleh karena itu untuk meningkatkan pendapatan perpajakan dan kepatuhan wajib pajak maka Dirjen pajak mengeluarkan program layanan baru berbasis internet dalam rangka

mempermudah wajib pajak dalam menyampaikan surat pemberitahuan secara elektronik *filing* dengan mudah dan cepat.

Pajak merupakan sumber utama dari penerimaan negara yang perlu ditingkatkan setiap tahunnya sehingga pembangunan pemerintahan dapat terlaksanakan. Sosialisasi layanan *e-filing* gencar dilakukan pada awal tahun 2014 karena memang untuk dapat dikenal dan digunakan masyarakat layanan *e-filing* perlu disosialisasikan, sebenarnya layanan *e-filing* pajak ini dalam peraturan perundang-undangan tentang tata cara perpajakan terbaru telah ada semenjak tahun 2011. Sosialisasi perpajakan sering dilakukan oleh KPP Pratama Purwakarta, namun untuk sosialisasi layanan *e-filing* pajak baru dan gencar dilaksanakan pada tahun 2014.

Setiap tahun para wajib pajak orang pribadi dan badan berbondong-bondong menyampaikan SPT (Surat Pemberitahuan Tahunan) baik melalui Kantor Pelayanan Pajak Pratama, kantor penyuluhan dan pelayanan, drop box, dan kantor pos dengan rela mengantri panjang. Dengan melihat masalah tersebut maka dibutuhkan layanan penyampaian SPT dengan mudah dan cepat.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi sangat berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Di era modern ini, peningkatan kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu layanan yang mampu memberikan kemudahan, kepraktisan dan kecepatan, dalam bertransaksi dengan efisiensi biaya dan waktu. Menurut peraturan Direktorat Jendral Pajak Nomor Per 39/PJ/2011 tentang tata cara penyampaian surat pemberitahuan tahunan bagi wajib pajak orang pribadi yang menggunakan formulir 1770S atau 170SS secara *e-filing* melalui website

Direktorat Jendral Pajak ([www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id)). Menurut Beben Djubaedi selaku *Account Representative* pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Purwakarta mengatakan fasilitas *e-filing* dapat dinikmati untuk pelaporan 2 jenis SPT menurut peraturan Direktur Jendral Pajak, yaitu: (1) SPT Tahunan OP Formulir 1770S, bagi wajib pajak yang mempunyai penghasilan dari satu atau lebih pemberi kerja, (2) SPT Tahunan orang pribadi Formulir 1770SS, bagi wajib pajak yang mempunyai penghasilan selain dari usaha dan/atau pekerjaan bebas dengan jumlah penghasilan bruto tidak lebih dari Rp60.000.000,00 (enam puluh juta rupiah) setahun. menurut Beben Djubaedi dibutuhkan tiga tahapan dalam proses penggunaan *e-filing*. Yaitu: Pertama, mengajukan permohonan *e-FIN* yang merupakan nomor identitas wajib pajak bagi pengguna *e-filing* dan dipakai hanya sekali seumur hidup, sehingga wajib pajak hanya perlu sekali saja mengajukan permohonan melalui Kantor Pelayanan Pajak terdekat. Kedua, mendaftarkan diri sebagai WP *e-filing* di [www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id), dan ketiga, menyampaikan SPT Tahunan secara *e-filing* melalui [www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id).

Layanan *e-filing* telah ada pada tahun 2011, namun layanan *e-filing* belum digunakan oleh wajib pajak karena tidak mengenal dan mengetahui tata cara penggunaan layanan tersebut. maka sosialisasi *e-filing* gencar dilakukan terhitung mulai awal Januari 2014 sampai pada bulan Maret tahun 2014 dalam rangka memasyarakatkan layanan atau program baru yang dibuat oleh Direktorat Jendral Pajak, padahal jika dilihat dari fungsinya layanan *e-filing* ini memberikan kemudahan dan kenyamanan para wajib pajak.

Menurut Beben Djubaedi selaku *Account Representative* pada kantor pelayanan pajak pratama Purwakarta mengatakan jumlah wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Purwakarta sebanyak 6.695 wajib pajak. Beliau mengatakan bahwa pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing system* ini masih rendah terbukti dengan masih banyaknya wajib pajak yang belum tahu tentang peraturan direktorat jendral pajak mengenai tata cara perpajakan terbaru, masih banyak wajib pajak orang pribadi yang rela mengantri mendaftarkan dan menyampaikan SPTnya lewat kantor pajak, dan kantor pos. Faktor tersebut didukung oleh pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing* masih rendah karena wajib pajak tidak mau tahu dan bertanya bagaimana tata cara penggunaan *e-filing* pajak. Padahal wajib pajak dapat mendaftarkan dan menyampaikan SPTnya melalui layanan *e-filing* pajak melalui situs resmi Dirjen Pajak.

Sosialisasi *e-filing* pajak dilakukan dalam rangka mempermudah wajib pajak dalam menyampaikan SPT tahunan. Puluhan wajib pajak berbondong-bondong mengantri untuk menyampaikan SPT tahunan secara manual, beberapa wajib pajak sudah mempersiapkan SPT tahunannya, namun masih ada juga yang baru akan mengisi formulir SPT dengan mendatangi petugas helpdesk.<sup>1</sup>

Sosialisasi *e-filing* diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada para wajib pajak bahwa penyampaian SPT tidak sulit seperti yang dibayangkan selama ini, dan untuk wajib pajak yang belum melek internet diharapkan dapat melakukan pengisian *e-filing* dengan baik setelah diberikan pemahaman dan tata cara pengisian dan pelaporan SPT melalui sosialisasi *e-filing*

---

<sup>1</sup> [www.pajak.go.id/content/news/e-filing-memangkas-antrian-dropbox](http://www.pajak.go.id/content/news/e-filing-memangkas-antrian-dropbox), diunduh pada tanggal 06 april 2014, 20:35.

yang telah diberikan. Penerapan *e-filing* sebagai suatu langkah dalam modernisasi sistem perpajakan di Indonesia. Sosialisasi layanan *e-filing* pajak ini dapat membantu agar informasi mengenai perpajakan dan kemudahan sistem pembayaran pajak dapat diterima oleh masyarakat luas dan dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat terhadap pentingnya perpajakan.

Kepuasan masyarakat (*Customer Satisfaction*) merupakan kata kunci setiap kegiatan. Terutama instansi pemerintah dalam rangka *good governance* dan pelayanan prima. Jika sosialisasi *e-filing* tersebut efektif, wajib pajak akan mengetahui dan memahami isi pesan sosialisasi mengenai fungsi layanan *e-filing* pajak dan tata cara penggunaan layanan *e-filing* atas pelayanan yang disediakan oleh Dirjen Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Purwakarta.

Dalam sosialisasi penggunaan layanan *e-filing* pajak yang dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak Pratama Purwakarta, dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah peserta sosialisasi layanan *e-filing* pajak yaitu Guru dan Staff SMP 2 Purwakarta. Sosialisasi termasuk kedalam pelayanan prima yang dilakukan oleh Dirjen pajak untuk kepuasan konsumen dalam rangka *good governance*. Dalam penelitian ini dipilih Guru dan Staff SMP 2 Purwakarta karena pertama sosialisasi baru selesai dilakukan pada wajib pajak Guru dan Staff SMPN 2 Purwakarta, dilihat dari sisi letak geografis SMPN 2 Purwakarta ini memang letak geografisnya yang kurang strategis masuk kedalam daerah penduduk warga yang jauh dari perkotaan, maka wajib pajak guru dan staff SMPN 2 purwakarta mengandalkan kegiatan sosialisasi untuk mendapatkan informasi penting tentang perpajakan.

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul:

***”Hubungan Antara Sosialisasi Layanan E-filing Pajak dengan Pengetahuan Wajib Terhadap Layanan E-filing”***

## **1.2 Rumusan Masalah dan Identifikasi Masalah**

### **1.2.1 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, akhirnya peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

***“Apakah Terdapat Hubungan Antara Sosialisasi Layanan E-filing Pajak dengan Pengetahuan Wajib Pajak terhadap layanan e-filing.”***

### **1.2.2 Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang diatas, maka permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara kredibilitas komunikator kegiatan sosialisasi layanan *e-filing* pajak dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing*?
2. Apakah terdapat hubungan antara isi pesan sosialisasi layanan *e-filing* pajak dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui hubungan antara kredibilitas komunikator pada sosialisasi layanan *e-filing* pajak dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing*?
2. Untuk mengetahui hubungan antara isi pesan sosialisasi layanan *e-filing* pajak dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing*?

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Kegunaan Penelitian Secara Teoritis**

Dalam penelitian ini penulis mengaplikasikan dan mengkaji teori-teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan dalam memecahkan masalah-masalah komunikasi, sehingga dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang lebih luas dalam melakukan analisis hubungan antara sosialisasi layanan *e-filing* pajak dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing*.

#### **1.4.2 Kegunaan Penelitian Secara Praktis**

Penelitian ini dapat dijadikan inspirasi dan telaah bagi pembaca dan penelitian lebih lanjut yang berhubungan dengan sosialisasi layanan *e-filing* pajak dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing*.

## 1.5 Ruang Lingkup Penelitian dan Pengertian Istilah

### 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam ruang lingkup penelitian penulis membatasi masalah yang diteliti agar ruang lingkup penelitian dapat lebih terarah dan jelas. Adapun pembatasan masalah seperti berikut:

1. Penelitian ini menggunakan metode korelasional, yaitu menguji hubungan antarvariabel yang dihipotesiskan, ada hipotesis yang di uji kebenarannya.
2. Subjek atau responden dalam penelitian ini adalah wajib pajak yang mengikuti sosialisasi penggunaan *e-filing* pajak pada KPP Pratama Purwakarta yaitu Staff dan Guru SMPN2 Purwakarta.
3. Objek dalam penelitian ini adalah sosialisasi penggunaan layanan *e-filing* pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Purwakarta dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing*.
4. Penelitian ini merupakan penelitian karya ilmiah untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Universitas Islam Bandung, maka semua biaya penelitian ditanggung oleh penulis, dan penelitian dilaksanakan pada bulan Mei tahun 2014.
5. Alat bantu yang digunakan untuk menganalisa data statistik agar dapat diolah dan dapat ditampilkan sehingga dapat menyajikan suatu informasi yaitu dengan bantuan komputer program: *Statistical Program For Society Science (SPSS) versi 19.0 for window*.

### 1.5.2 Pengertian Istilah

Bagian ini juga menjelaskan istilah atau konsep-konsep penting yang digunakan sebagaimana tertera dalam judul penelitian.

1. Sosialisasi adalah (pemasyarakatan) penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat (Widjaja, 2002:9).
2. *E-filing* adalah suatu cara penyampaian SPT tahunan PPH orang pribadi secara elektronik yang dilakukan secara online dan real time melalui koneksi internet pada website direktorat jendral pajak [www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id)
3. Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal (kontrapensi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Menurut Rochmat Soemitro (dalam Mohammad Zain 2007:11).
4. Pengetahuan adalah unsur-unsur yang mengisi akal dan alam jiwa seseorang manusia nyata terkandung dalam otaknya. (Koentjaningrat 2000:103).
5. Wajib pajak adalah orang pribadi atau badan menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan dilakukan untuk melakukan kewajiban perpajakan, termasuk pemungutan pajak atau pemotongan pajak. (Pasal 1 UU tahun 1994).

## 1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

### 1.6.1 Kerangka Pemikiran

Sosialisasi termasuk kedalam kegiatan komunikasi, karena terdapat setidaknya lima unsur yaitu sumber, pesan, media, komunikan dan efek. Sosialisasi ini termasuk kedalam teknik komunikasi persuasif, karena dalam sosialisasi, peserta sosialisasi di persuasi atau dibujuk agar menggunakan layanan *e-filing* pajak dalam penyampaian SPT. Suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh sumber atau komunikator agar dapat diterima oleh penerima atau komunikan harus mempunyai daya tarik yang kuat.

Aristoteles mengemukakan tiga aspek dasar persuasi, yakni *ethos* (*source credibility*), *logos* (*logical appeals*), dan *pathos* (*emotional appeals*). *Ethos* memfokuskan pada kredibilitas sumber dalam penyampaian sebuah pesan. Kredibilitas sumber secara langsung berpengaruh pada *effectiveness appeal* (daya tarik). *Logos* merujuk pada *appeals* berdasarkan alasan yang logis. Argumen-argumen ini biasanya terdiri dari fakta-fakta dan gambaran-gambaran. *Pathos* merujuk kepada argumen yang didasarkan pada emosi—membangkitkan perasaan-perasaan, seperti rasa takut, salah, amarah, humor atau haru (Heath dalam Ardianto, 2011:117).

Menurut Wilbur Schramm (dalam Effendy, 2000: 41-45) menampilkan apa yang ia sebut "*the condition of success in communication.*" Yaitu kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki. Faktor-faktor tersebut ialah:

### 1. Faktor pada komponen komunikator

Ditinjau dari komponen komunikator, untuk melaksanakan komunikasi efektif, terdapat dua faktor penting pada diri komunikator, yakni kredibilitas komunikator dan daya tarik komunikator.

Kepercayaan kepada komunikator ditentukan oleh keahliannya dan dapat tidaknya ia dipercaya.

### 2. Faktor pada komponen pesan.

Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan. Sehingga sama-sama mengerti.

Menurut Azwar (2011:72-73) mengatakan bahwa:

“Kredibilitas komunikator dilandasi oleh dua faktor penting, yaitu keahlian (kompetensi) dan keterpercayaan (*trustworthiness*). Apabila seseorang dimotivasi oleh keinginan mencari kebenaran atau pengetahuan, maka ia akan lebih mudah terbujuk atau tersugesti bila komunikatornya adalah seseorang yang ia anggap tahu (kompeten) mengenai hal yang ingin ia ketahui atau bila komunikatornya adalah orang yang dipercayainya (*trustworthy*).”

Pesan sosialisasi, menurut Tan (1981, 135-137) ada beberapa karakteristik pesan yang mendukung ke efektifan pesan, yaitu message structure, message style, objective dan message appeals, penjelasannya sebagai berikut:

#### 1. Struktur pesan

*Conclusion drawing* atau gambaran kesimpulan. Maksudnya adalah apakah pesan yang disampaikan komunikator itu disajikan secara eksplisit atau implisit.

*Ordering of argument* atau susunan argumentasi. Maksudnya urutan penyampaian pesan, mana yang harus disampaikan terlebih dahulu.

#### 2. Gaya pesan

Devito (dalam Tan, 1981: 137) mendefinisikan gaya pesan sebagai pilihan dan susunan perangkat linguistik yang terbuka untuk pemilihan.

#### 3. Daya tarik pesan

Unsur daya tarik pesan, mengacu pada motif psikologi yang dikandung oleh suatu pesan, antara lain daya tarik rasional dan emosional.

Maka dari itu untuk mengukur kegiatan sosialisasi layanan *e-filing* pajak, peneliti membaginya menjadi dua indikator yaitu kredibilitas komunikator dan isi

pesan komunikator. kegiatan sosialisasi layanan e-filing pajak ini dihubungkan dengan pengetahuan wajib pajak. pengetahuan adalah sesuatu yang mengisi akal jiwa seseorang melalui panca inderanya. Pengetahuan wajib pajak di ukur melalui tingkatan pengetahuan. Tingkatan pengetahuan yang tercakup di dalam domain kognitif pada manusia dalam penelitian ini mencakup dua tingkatan, yaitu:

**1. Tahu (*know*)**

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang dipelajari sebelumnya, termasuk dalam pengetahuan tingkat ini adalah mengingat kembali (*recall*) terhadap suatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang diterima.

**2. Memahami (*comprehension*)**

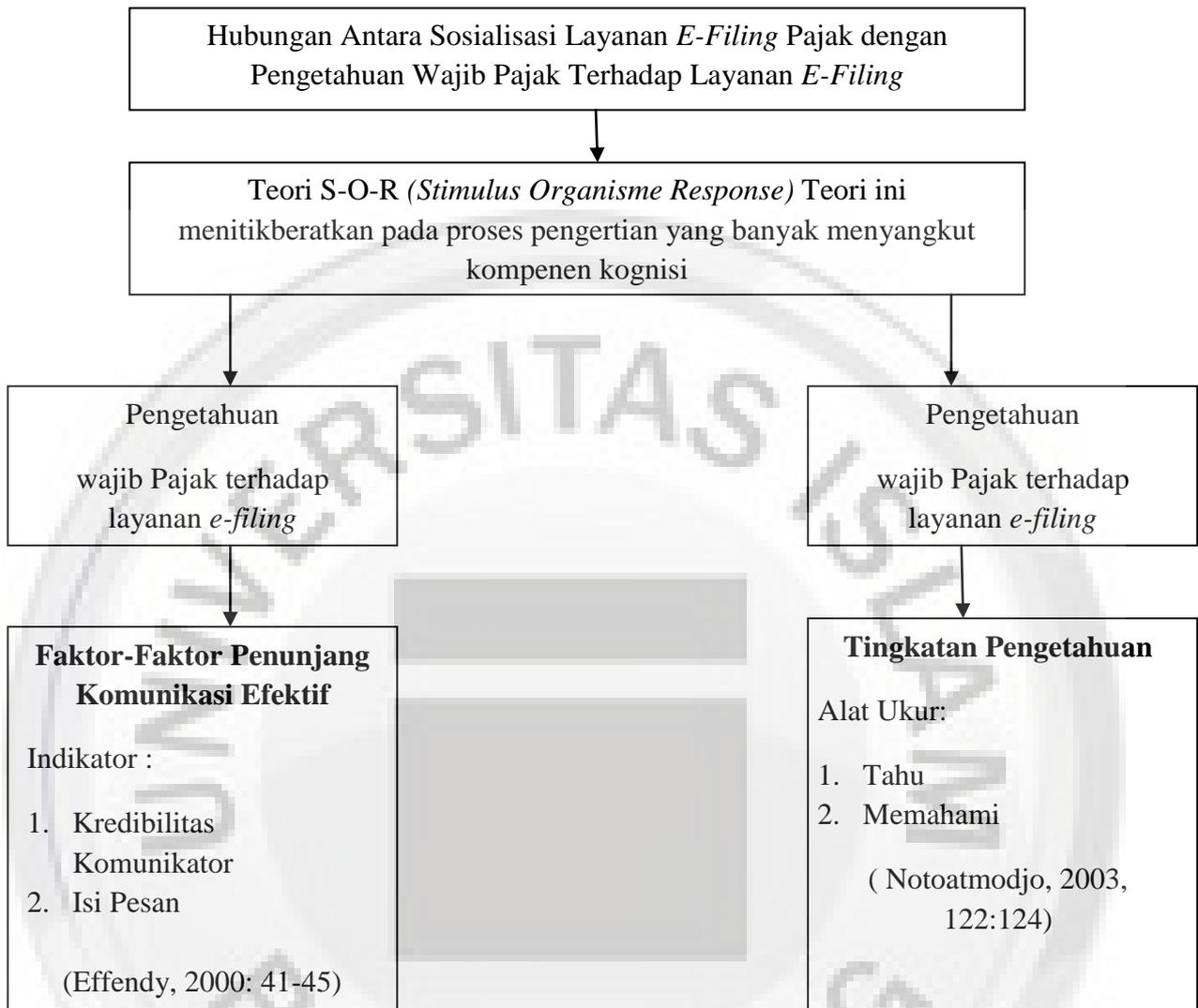
Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar. (Notoatmodjo, 2003:122)

Teori yang mendasari penelitian ini adalah teori S-O-R (*Stimulus Organism Response*). Menurut Mar'at, dalam Ardianto (2011:134-135), Teori S-O-R ini menitikberatkan pada proses pengertian yang banyak menyangkut komponen kognisi. Dalam teori ini Stimulus Respons (S-R) masalah kognisi lebih diutamakan, sedangkan komponen afeksi diabaikan, sementara komponen konasi tergantung pada imbalan (ganjaran) dan hukuman sebagai akibat dari penguatan rangsangan.

Didalam pendekatan teori S-O-R, diutamakan cara-cara pemberian imbalan yang efektif agar komponen konasi dapat diarahkan pada sasaran yang dikehendaki. Sedangkan pemberian informasi adalah sesuatu yang penting untuk dapat mengubah komponen kognisi. (Mar'at, dalam Ardianto (2011:134). Pada proses-proses ini terdapat kegiatan-kegiatan dari komponen kognisi yang

memberikan informasi mengenai stimulus tersebut. Informasi ini diproses melalui proses belajar berdasarkan pengalaman. Informasi tersebut pada awalnya belum mempunyai arti, baru sampai pada taraf introspektif. (Mar'at, dalam Ardianto (2011:135).





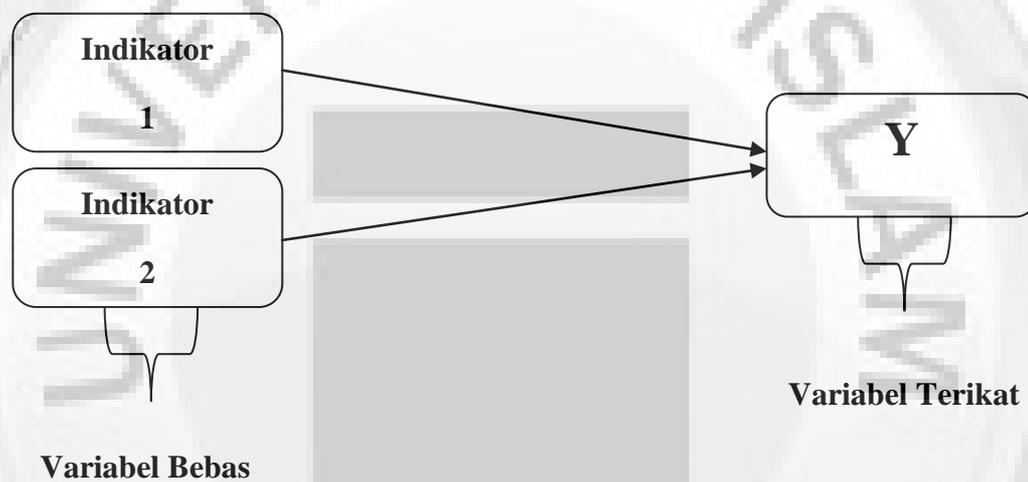
**Gambar 1.1**

**Kerangka Pemikiran**

Dengan melihat uraian diatas maka peneliti ingin mengetahui bagaimana hubungan antara sosialisasi layanan e-filing pajak dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan e-filing. Penelitian ini menggunakan korelasi sederhana yaitu dengan menguji dua variabel saja.

**Gambar 1.2**

**Korelasi Sederhana**



**Keterangan:**

Indikator 1-2 : Sosialisasi

Y : pengetahuan

### 1.6.2 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiono, 2009:93).

Sub-sub hipotesis:

1. Ho : Tidak terdapat hubungan antara kredibilitas komunikator pada kegiatan sosialisasi layanan *e-filing* pajak pada kantor pelayanan pajak pratama Purwakarta dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing*.

H1 : Terdapat hubungan antara kredibilitas komunikator pada kegiatan sosialisasi layanan *e-filing* pajak pada kantor pelayanan pajak pratama Purwakartadengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing*.

2. Ho : Tidak terdapat hubungan antara isi pesan sosialisasi layanan *e-filing* pajak pada kantor pelayanan pajak pratama Purwakarta dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing*?

H1 : Terdapat hubungan antara isi pesan sosialisasi layanan *e-filing* pajak pada kantor pelayanan pajak pratama Purwakarta dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing*?