

Strategi Badan Pelayanan Pajak Daerah Kabupaten Sidoarjo Pada Bidang Pajak L

Dinda Retno Anggraini¹, Indah Murti², Dida Rahmadanik³

^{1,2,3}Ilmu Administrasi Negara, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

anggrainid376@gmail.com¹, endah@untag-sby.ac.id², didarahma@untag-sby.ac.id³

Abstract

Tax is an obligation to provide a portion of income for the state but is not like a penalty for paying this tax as a form of role in the interests of the state. Taxes have benefits for the sustainability of people's welfare. With the strategy that has been planned by the tax agency, it is expected to increase awareness and compliance with paying taxes. So that the formulation of the problem of this research is how the strategy used by the Regional Tax Service Agency of Sidoarjo Regency in Tax I in the socialization of taxpayers. The purpose of this study was to determine the socialization strategy used by the Regional Tax Service Agency of Sidoarjo Regency to improve taxpayer compliance. This study uses a qualitative research type. This data collection technique uses observation, interviews and documentation. The results of this study indicate that an increase in taxpayer compliance is caused by the socialization held by the tax agency, socialization carried out directly and indirectly, for direct socialization by face-to-face and for indirect socialization using social media. The socialization contained the importance of paying taxes on time, the introduction of online payments with billing ids and virtual accounts to make it easier for taxpayers to make payments.

Keywords : *Tax, Socialization Strategy, Improving Taxpayer Compliance.*

Abstrak

Pajak merupakan kewajiban memberikan sebagian penghasilan untuk negara tetapi bukan seperti hukuman karena membayar pajak ini sebagai bentuk peran untuk kepentingan negara. Pajak memiliki manfaat untuk keberlangsungan kesejahteraan masyarakat. Dengan adanya strategi yang sudah direncanakan oleh lembaga pajak diharapkan bisa meningkatkan kesadaran dan kepatuhan membayar pajak. Sehingga rumusan masalah penelitian ini yaitu Bagaimana Strategi yang digunakan Badan Pelayanan Pajak Daerah Kabupaten Sidoarjo pada Bidang Pajak I dalam sosialisasi Wajib Pajak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi sosialisasi yang digunakan Badan Pelayanan Pajak Daerah Kabupaten Sidoarjo untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data ini menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan kepatuhan wajib pajak disebabkan dengan adanya sosialisasi yang diadakan oleh instansi pajak, sosialisasi yang dilakukan secara langsung dan tidak langsung, untuk sosialisasi langsung dengan cara tatap muka dan untuk sosialisasi tidak langsung menggunakan media sosial. Sosialisasi berisikan tentang pentingnya bayar pajak tepat waktu, pengenalan pembayaran melalui online dengan id billing dan virtual account agar mempermudah wajib pajak dalam pembayaran.

Kata Kunci : Pajak, Strategi Sosialisasi, Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak.

Pendahuluan

Pajak ialah pemasukkan dana yang memiliki hasil potensi dari pertumbuhan penduduk asli daerah dan normalnya perekonomian. Pajak memiliki peran cukup besar didalam penerimaan hasil negara non migas. Berdasarkan sudut pandang fiskal, pajak adalah penerimaan negara yang digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan prinsip dasar menghimpun dana yang diperoleh dari dan untuk masyarakat melalui mekanisme yang mengacu pada peraturan perundang-undangan. (Rizka Novianti Pertiwi, Devi Farah Azizah, 2014). Oleh karena itu Pajak Daerah sangat berperan penting untuk membuat lancarnya pembangunan ini merupakan rangka meningkatkan mutu kesejahteraan masyarakat daerah. Jadi agar bisa membuktikan kontribusi nyata dengan meningkatkan pengetahuan masyarakat akan pentingnya kepatuhan wajib pajak. Menurut (Muhamad Wildan, 2022) Berdasarkan data Ditjen Pajak (DJP), pada tahun 2017 kepatuhan mencapai 72,58 %, pada tahun 2018 kepatuhan mencapai 71,10 %, pada tahun 2019 kepatuhan mencapai 73,0 %, pada tahun 2020 mencapai 77,63 % dan pada tahun 2021 kepatuhan mencapai 84%. Dapat dilihat dari jumlah pelapor bahwa kepatuhan semakin meningkat dan mencapai target yang diinginkan. (Presiden Republik Indonesia, 2009) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 2 Ayat (2) tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah yang berbunyi Jenis Pajak Kabupaten/kota terdiri atas Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan, Pajak Parkir, Pajak Air Tanah, Pajak Sarang Burung Walet, Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan dan Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan. Untuk saat ini pemerintah telah memberikan tempat atau kekuasaan kepada pemerintah daerah. Kabupaten Sidoarjo ialah termasuk dalam salah satu kabupaten yang memiliki keberadaan di Provinsi Jatim (Jawa Timur) dan termasuk salah satu kabupaten yang memiliki kepadatan penduduk, Kabupaten Sidoarjo memiliki 18 kecamatan dengan jumlah objek Pajak yaitu: pajak restoran, pajak hiburan, pajak parkir, pajak hotel, pajak air tanah, pajak penerangan jalan, pajak reklame.

Konsep manajemen strategi Menurut Wahyudi dalam (Winardi, 1997) manajemen strategi adalah suatu seni dan ilmu pembuatan, penerapan, dan evaluasi keputusan-keputusan strategi antara fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan-tujuan masa datang. Menurut Winerungan (2013) dalam (Zuhrotun Nisa', 2018) Strategi sosialisasi perpajakan yakni untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajaknya diperlukan strategi yang tepat agar wajib pajak sadar pentingnya melaporkan pajaknya. Ada unsur yaitu: publikasi, kegiatan, pemberitahuan, keterlibatan komunitas, pencantuman identitas dan pendekatan pribadi. Sedangkan menurut David A. Goslin (T.O. Ithromi, 1999) dalam (Putri, 2014) menyatakan bahwa sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakatnya. Melihat dari beberapa definisi strategi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan taktik program kerja yang sebelumnya sudah direncanakan memiliki sasaran-sasaran jangka panjang maupun jangka pendek dan dapat diterapkan untuk mencapai suatu tujuan yang akan dicapai dalam pembuatan keputusan perlu adanya manajemen strategi.

Adapun salah satu penelitian terdahulu menurut (Baok et al., 2020) yang berjudul Strategi Peningkatan Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) Di Kota Batu, Volume 10, dari penelitian tersebut memiliki masalah Kurangnya Pelayanan Pelaksanaan Perpajakan, penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut dengan meningkatkan pelayanan bisa meningkatkan penerimaan. Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ada, maksud penelitian ini adalah ingin mengetahui dan menganalisis Strategi yang digunakan Badan Pelayanan Pajak Daerah Kabupaten Sidoarjo pada Bidang Pajak Daerah I saat melakukan sosialisasi terhadap Wajib Pajak.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis Kualitatif Deskripsi yang berkaitan dengan adanya pengumpulan data memberikan penegasan atau gambaran suatu konsep untuk menjawab pertanyaan sehubungan dengan status objek penelitian kualitatif. Penelitian ini menjelaskan keterbukaan informasi berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Menurut Sukamadinata dalam (Zuhrotun Nisa', 2018), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi dan orang secara individual maupun kelompok, penelitian ini bertujuan mendefinisikan suatu keadaan atau fenomena secara apa adanya. Penelitian ini menggunakan data berupa kata tertulis atau lisan dari pendapat orang lain atau narasumber, untuk itu peneliti sebagai kunci dimana sedang melakukan proses penelitian dengan cara mewawancarai untuk mengumpulkan bahan bahasan yang berkaitan dengan Strategi Badan Pelayanan Pajak Daerah Kabupaten Sidoarjo khususnya pada bagian Pajak Daerah I dalam sosialisasi wajib pajak. Sehingga peneliti dapat mendeskripsikan secara mendalam tentang Strategi BPPD dalam sosialisasi. Metode ini diharapkan mampu mendeskripsikan peristiwa yang terjadi di lapangan dan menganalisis hubungan yang terjadi antara peristiwa tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Dari hasil penelitian yang sudah ada kemudian data dianalisis menggunakan teori dari (Winerungan 2013) Strategi Sosialisai Perpajakan yang memiliki beberapa indikator sebagai berikut :

1. Publikasi

Dilihat dari unsur yang pertama yaitu publikasi, data yang diperoleh dari Badan Pelayanan Pajak Dearah Kabupaten Sidoarjo melalui hasil dari wawancara yang dilakukan oleh empat pegawai pajak dan tiga masyarakat wajib pajak. Publikasi merupakan suatu hal kegiatan mempublikasikan memberitahukan kepada umum melalui cara publikasi secara langsung maupun publikasi secara tidak langsung. Untuk publikasi baik secara langsung maupun tidak langsung sudah bisa dikatakan berhasil dan dapat meningkatkan minat wajib pajak mencari informasi terbaru tentunya kan berdampak juga untuk kepatuhan wajib pajak itu sendiri. tanggapan dari wajib pajak terkait dengan publikasi, wajib pajak sudah mengetahui adanya akun instagram BPPD Sidoarjo, wajib pajak berpendapat bahwa diakun instagram BPPD sidoarjo memberikan informasi sosialisasi pajak. Jadi untuk wajib pajak yang tidak mengikuti kegiatan sosialisasi karena ada halangan tertentu bisa mencari informasi terupdate di akun media sosial BPPD Sidoarjo.

2. Kegiatan

Dilihat dari unsur yang kedua yaitu kegiatan, data yang diperoleh dari Badan Pelayanan Pajak Daerah Kabupaten Sidoarjo melalui peolehan hasil dari wawancara yang dilakukan oleh empat pegawai pajak dan tiga masyarakat wajib pajak. Kegiatan adalah mengikutsertakan diri didalam kegiatan yang telah di selenggarakan dalam semua acara, sosialisasi ini dilakukan dengan cara mengundang wajib pajak untuk hadir dalam kegiatan sosialisasi yang telah di selenggarakan tim pajak kemudian didalam sosialisasi tersebut banyak sekali materi yang akan disampaikan. Untuk kegiatan ini sudah bisa dikatakan terlaksana dan sudah menjadi sangat umum dikalangan wajib pajak. Tanggapan dari wajib pajak, kegiatan sosialisasi dilakukan di hotel luminor dan setelah kegiatan sosialisasi berlangsung bahwa banyak wajib pajak yang antusias dan suka karena mereka yang

sebelumnya tidak bisa mengoperasikan E-STPD dan setelah mengikuti kegiatan sosialisasi mereka bisa menggunakan E-STPD dilihat dari hal tersebut dengan adanya sosialisasi ini bisa meningkatkan pengetahuan kepatuhan wajib pajak seseorang dan tentunya mereka akan sadar betapa pentingnya membayar pajak tepat waktu.. Namun untuk mereka yang tidak hadir dalam undangan sosialisasi wajib pajak dianggap sudah mengerti dengan materi yang sudah disampaikan saat sosialisasi.

3. Pemberitaan

Dilihat dari unsur ke tiga yaitu pemberitaan, yang memperoleh data dari Badan Pelayanan Pajak Daerah Kabupaten Sidoarjo melalui hasil wawancara yang dilakukan kepada empat pegawai pajak dan tiga masyarakat wajib pajak. Untuk pemberitaan dalam bentuk media sosial maupun media cetak agar lebih mudah dipahami oleh wajib pajak, untuk berita yang tersebar menggunakan media sosial salah satunya adalah instagram bppd, youtube bppd, dan web bppd. Saat kegiatan sosialisasi berlangsung ada juga beberapa media yang meliput seperti wartawan radar sidoarjo, wartawan republik jatim, kemudian berita tersebut dikemas di dalam media baik media sosial maupun media cetak tujuannya bisa melihat info dan update terbaru tentang sosialisasi pajak. Untuk cara pemberitaan ini sudah bisa dikatakan berhasil dan bisa meningkatkan wajib pajak saat mencari informasi terbaru lalu kemudian juga bisa membaca berita dalam media cetak. Jadi untuk pemberitaan ini masyarakat lebih suka melihat dalam bentuk media sosial, dilihat dari segi teknologi yang semakin hari semakin berkembang serta di media sosial terdapat visual audio yang lebih menarik untuk dilihat dan didengarkan dalam waktu bersamaan sedangkan di media cetak untuk saat ini pengguna dan peminat mulai berkurang.

4. Keterlibatan komunitas

Dilihat dari unsur ke empat yaitu keterlibatan komunitas, data yang diperoleh dari Badan Pelayanan Pajak Daerah Kabupaten Sidoarjo melalui hasil dari wawancara yang dilakukan kepada empat pegawai pajak dan tiga masyarakat wajib pajak sidoarjo. Untuk keterlibatan komunitas ini sudah cukup baik dan memiliki keuntungan satu sama lain. Wajib pajak mengatakan pernah mengetahui adanya keterlibatan komunitas saat ada kegiatan desa pegawai pajak mengikuti kegiatan tersebut. Wajib pajak memberikan tanggapan waktu saya ditanyai ada sosialisasi pajak, wajib pajak mengikuti acara yang digelar oleh tim pajak. Namun saat melakukan sosialisasi pajak melibatkan komunitas ini tidak ada dokumentasi yang di publikasikan di media sosial.

5. Pencantuman Identitas

Dilihat dari unsur ke lima yaitu pencantuman identitas, memperoleh data dari hasil wawancara empat pegawai pajak dan tiga masyarakat wajib pajak sidoarjo, bahwa pencantuman identitas bisa digunakan sebagai tanda pengenal. Untuk Pencantuman identitas masih kurang dikenal masyarakat, wajib pajak mengatakan saya pernah melihat di youtube halo sobat pajak. tanggapan wajib pajak saya tidak tahu apa itu tagline. Jadi untuk tagline ini masih kurang karena belum sepenuhnya dikenal oleh masyarakat wajib pajak.

6. Pendekatan Pribadi

Dilihat dari unsur yang terakhir yaitu pendekatan pribadi, data yang diperoleh berdasarkan hasil dari wawancara empat pegawai pajak dan tiga masyarakat wajib pajak. pendekatan pribadi adalah pendekatan yang dilakukan secara langsung bertatap muka untuk mengetahui apa yang dirasakan oleh wajib pajak baik kendala ataupun hambatan yang sedang dialami. Untuk pendekatan pribadi sudah dikatakan berhasil dan cukup baik dalam pembagian wilayah kerja. Masyarakat wajib pajak mengatakan, didatangi oleh pihak pajak karena telat membayar pajak dan berikan sosialisasi langsung dan menceritakan masalah serta kendala apa yang sedang dialami kemudian diberikan solusi yang terbaik. Jadi untuk pendekatan pribadi ini sudah dikatakan berhasil karena bisa

membedakan antara wajib pajak patuh dan wajib pajak tidak patuh, apabila tidak patuh akan diberikan sosialisasi secara pribadi tujuan agar mereka patuh dalam pembayaran pajak, lalu yang sudah patuh dalam pembayaran pajak tetapi diberikan sosialisasi besar yang akan diberikan undangan dan diminta datang saat acara sosialisasi yang diselenggarakan pihak pajak.

Penutup

Strategi Badan Pelayanan Pajak Daerah Kabupaten Sidoarjo Bidang Pajak I dalam sosialisasi wajib pajak yang menggunakan teori (Winerungan, 2013) yang terdapat enam indikator yaitu: publikasi, kegiatan, pemberitaan, keterlibatan komunitas, pencantuman identitas dan pendekatan pribadi. Dari penelitian dapat disimpulkan bahwa sosialisasi dikatakan berhasil dengan tujuan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak, dilihat dari daftar hadir yang telah disajikan mulai dari tiga tahu terakhir yaitu 2019, 2020, 2021 bahwa prosentase daftar hadir setiap tahunnya meningkat dan dengan adanya sosialisasi yang dilakukan oleh intasnsi pajak sidoarjo ini, kemudian sosialisasi dilakukan secara langsung dan tidak langsung dengan media sosial dan media cetak dinilai berhasil. Karena dilihat dari masyarakat wajib pajak yang mengetahui sosialisai dilakukan menggunakan media sosial maupun media cetak seperti instagram, pembagian wliayah tugas untuk sosialisasi secara tatap muka dengan cara dilakukan pendekatan pribadi untuk mendengarkan keluhan kesah dari wajib pajak dan memberikan solusi yang terbaik. Hasil dari Penelitian ini wajib pajak baru mendapatkan sosialisasi baru kemudian wajib pajak patuh semakin bertambah dan wajib pajak tidak patuh semakin berkurang. Akan tetapi dengan adanya sosialisai ini membuat wajib pajak lebih dipermudah lagi dalam hal mendapatkan *feedback* dari dua arah pegawai pajak maupun masyarakat wajib pajak dan mempermudah pembayaran secara online dan tentunya hemat waktu, tenaga dan biaya karena untuk saat ini tidak perlu melakukan pembayaran secara manual.

Saran

Dari kesimpulan diatas saran yang dapat diberikan dan disampaikan dari peneliti terkait dengan Strategi Badan Pelayanan Pajak Daerah Kabupaten Sidoarjo khususnya pada bidang Pajak Daerah I:

1. Lebih banyak memberikan progam-progam kegiatan soaialisasi yang melibatkan komunitas agar bisa menarik wajib pajak untuk hadir dalam ke ikut sertaan kegiatan sosialisasi kemudian melakukan pengenalan tagline agar lebih dikenal dan ingat oleh masyarakat wajib pajak
2. Memberikan pengarahan kepada masyarakat wajib pajak yang masih tidak paham dengan pembayaran online dan memberikan pengetahuan tentang pentingnya membayar pajak daerah tepat waktu.

Daftar Pustaka

- Baok, R. T. L., Sasongko, T., & Rifa'i, M. (2020). Strategi Peningkatan Penerimaan Pajak Bumi Dan Bangunan (Pbb) Di Kota Batu. *Reformasi*, 10(1), 81–89.
<https://doi.org/10.33366/rfr.v10i1.1856>
- Muhamad Wildan. (2022). *Rasio Kepatuhan Wajib Pajak Capai 84% Per Akhir 2021*. DDTC News. <https://news.ddtc.co.id/rasio-kepatuhan-wajib-pajak-capai-84-per-akhir-2021-35875>
- Presiden Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28*.
<https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2009/28tahun2009uu.htm>