



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pajak adalah iuran masyarakat kepada negara yang terutang oleh pihak yang wajib membayar menurut Undang-Undang tanpa mendapat prestasi kembali dan digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum terkait tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan (Andriani, 2013). Pajak yang diwajibkan didasarkan kepada kekuatan hukum yakni Undang-Undang (Direktorat Jendral Pajak, 2018).

Sebagai bagian dari Wajib Pajak, masyarakat yang memenuhi syarat PTKP (Penghasilan Tidak Kena Pajak) dengan minimal penghasilan di atas 54 juta per tahun diwajibkan untuk mengikuti Wajib Pajak. Sementara itu, masyarakat yang tidak memenuhi syarat PTKP tetap dapat melaporkan SPT Tahunan dan tidak akan dikenakan Wajib Pajak (Peraturan Menteri Keuangan Nomor 101/PMK.010, 2016).

Namun, pada tahun 2018, jumlah pembayaran SPT Tahunan PPh Orang Pribadi belum mencapai target yang ditentukan, yakni sebesar 64,5% untuk triwulan 1. Masih ada wilayah-wilayah yang belum mencapai targetnya. Dari segi pertumbuhan, persentase realisasi target penerimaan pajak pada tahun 2018 mencapai 92,24%. (Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Pajak, 2018). Meskipun mengalami pertumbuhan sebesar 14,12% *year-on-year (y-o-y)* dari tahun 2017 dan memenuhi target yang ditetapkan pada tahun itu, angka kepatuhan yang belum maksimal atau mencapai 100% menyebabkan pajak belum bisa menjadi instrumen yang berperan maksimal dalam menciptakan pendapatan yang merata dan pengurangan kesenjangan ekonomi.

Kepatuhan Wajib Pajak tidak hanya dipengaruhi oleh besarnya kesempatan menghindari kewajiban, besarnya tarif pajak ataupun kemungkinan adanya pelanggaran, tapi juga dipengaruhi oleh kemauan Wajib Pajak untuk mematuhi pembayaran pajak. Hal ini disebut sebagai *tax morale*. Dorongan untuk

membayar Wajib Pajak dipengaruhi oleh persepsi masyarakat terhadap keadilan, besarnya biaya kepatuhan dan kerumitan sistem pajak, serta kebijakan pemerintah dan perpajakan. Konsepsi yang positif terhadap faktor tersebut mendorong keinginan Wajib Pajak dalam menjalankan kewajibannya. Namun, konsepsi yang negatif dapat menimbulkan penurunan dorongan Wajib Pajak untuk patuh (Pope dan McKerchar, 2011).

Jika Wajib Pajak memiliki *tax morale* yang baik, tingkat kepatuhan akan tinggi dan penerimaan pajak menjadi lebih optimal (Torgler, 2007). Untuk meningkatkan *tax morale* diperlukan tindakan pelurusan terhadap miskonsepsi pajak yang timbul di tengah masyarakat. Hal ini dapat dicapai dengan melakukan kampanye membangun kesadaran masyarakat usia 18-25 tahun dengan konsepsi positif terhadap Wajib Pajak, khususnya terhadap calon Wajib Pajak yang belum menjalankan dan terdaftar Wajib Pajak sehingga memiliki informasi yang benar terkait pajak. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya berbagi dalam Wajib Pajak.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang kampanye Wajib Pajak bagi usia 18-25 tahun.

1.3 Batasan Masalah

- 1) Masalah perpajakan yang dibahas adalah pengingat pembayaran SPT Tahunan dengan menggunakan metode elektronik yang sudah disediakan pemerintah.
- 2) Batasan *targeting* dari kampanye ini adalah sebagai berikut:
 - a) Geografis
 - (1) Primer : Jabodetabek
 - (2) Sekunder : Indonesia
 - b) Demografis
 - (1) Usia : 18-25 tahun
 - (2) Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
 - (3) Tingkat Pendidikan : S1

(4) Tingkat Ekonomi : A-B

c) Psikografis

Orang yang akan menjadi atau menghindari Wajib Pajak

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Perancangan kampanye ini bertujuan untuk membangun kesadaran masyarakat usia 18-25 tahun tentang Wajib Pajak sehingga masyarakat, khususnya calon wajib pajak, memiliki kemauan untuk menjadi warga negara yang taat terhadap Wajib Pajak.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1) Bagi Penulis

Penulis dapat memperluas dan menerapkan ilmu yang telah dipelajari sepanjang masa perkuliahan, secara khusus mengenai proses pembuatan kampanye, dan mengasah kemampuan penulis dalam *problem solving*. Penulis juga mendapat tambahan pengetahuan mengenai miskonsepsi pajak dan Wajib Pajak.

2) Bagi Pemerintah Indonesia

Perancangan kampanye pelurusan miskonsepsi pajak dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan kesadaran terhadap para calon Wajib Pajak, khususnya pada lapisan masyarakat berusia 18-25 tahun agar dapat berpartisipasi sebagai Wajib Pajak di Indonesia.

3) Bagi Masyarakat dan Calon Wajib Pajak

Perancangan kampanye ini dapat membantu masyarakat dan para calon Wajib Pajak agar mendapatkan konsep berpikir yang sehat mengenai pajak sehingga dapat berbagian dalam Wajib Pajak.

4) Bagi Universitas Multimedia Nusantara

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian Universitas Multimedia Nusantara.