

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Membayar pajak merupakan sebuah kontribusi yang bersifat wajib bagi setiap warga negara yang tinggal dalam suatu negara. Tujuan diberlakukannya pajak dalam suatu negara adalah untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Serta membantu dalam membiayai pengeluaran negara salah satunya pengeluaran pembangunan infrastruktur negara. Kontribusi pajak bersifat wajib, memaksa dan menjadi keharusan yang diatur oleh undang-undang KUP. Menurut ahli pajak Soemitro dalam Sitoresmi (2021), pajak didefinisikan sebagai pembayaran wajib atau iuran kepada Kas Negara berdasarkan undang-undang untuk membiayai pengeluaran dan pembangunan negara.

Menurut dataindonesia.id, sebanyak 53,7 persen masyarakat indonesia masih mengalami kesulitan dalam pembayaran pajak. Dilansir dari CNN Indonesia, banyak orang belum taat membayar pajak dikarenakan administrasi yang sulit (Fauzie, 2021). Ketidaktahuan mengenai kewajiban membayar pajak dan cara lapor dan bayar pajak dapat menjadi halangan seseorang dalam melakukan tanggung jawabnya. (Mrbfinance, 2022). Berdasarkan Wildan (2022), tingkat ketaatan membayar pajak wajib pajak orang pribadi nonkaryawan memiliki tingkat rasio hanya mencapai 45,53 persen. Survei yang dilakukan oleh Indikator Politik Indonesia juga memaparkan fakta bahwa hanya 24,55 persen dari usia 22-40 tahun yang baru memiliki NPWP (pajakonline.com, 2022)

Di era modern masyarakat Indonesia mendapatkan berbagai kemudahan dari perkembangan teknologi. Tidak dapat dibantahkan masyarakat saat ini lebih menyukai sesuatu yang sifatnya instan dan memudahkan segala sesuatu (Fajri, 2022). Perkembangan teknologi berdampak pada badan usaha agar lebih mudah dijangkau oleh masyarakat. Perkembangan teknologi juga memberikan dampak dalam peningkatan sistem pelayanan publik seperti dalam bidang perpajakan yang dapat dinikmati masyarakat. Tracy Tardia sebagai CEO HiPajak mengatakan “Mau

berkontribusi dan melakukan kewajibannya kok susah di jaman digital ini?”. Berdasarkan gagasan tersebut berdirilah sebuah badan usaha swasta yang berjalan dalam bidang Penyedia Jasa Aplikasi Pajak (PJAP) bernama HiPajak.

HiPajak adalah badan usaha layanan publik berbasis aplikasi yang menghadirkan kemudahan untuk masyarakat dalam pengurusan dan konsultasi pajak (hipajak.id). HiPajak hadir sebagai solusi alternatif perpajakan secara digital dan memiliki tujuan membagikan edukasi positif tentang pajak. Layanan HiPajak membantu memudahkan Wajib Pajak dalam pengurusan administrasi pajak, pembayaran pajak, hingga penyedia jasa konsultasi pajak. HiPajak juga hadir sebagai agragator Direktur jenderal Pajak (DJP) dalam membantu menghubungkan masyarakat dan pemerintah dalam bidang perpajakan.

Nyatanya HiPajak memiliki tingkat kesadaran merek yang masih terbilang rendah. Dikarenakan HiPajak adalah badan usaha yang baru saja berdiri pada tahun 2020 (Tardia, 2022). Berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin membuat kampanye promosi untuk meningkatkan *brand awareness* mengenai keunggulan aplikasi HiPajak. Serta mengedukasi masyarakat dalam pembayaran/pelaporan pajak sesuai prosedur administratif atau menggunakan jasa aplikasi HiPajak.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar situasi dan urgensi yang diketahui, penulis kemudian merumuskan perancangan kampanye promosi sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang visual kampanye promosi mengenai keunggulan aplikasi HiPajak untuk usia 24-30 tahun?

1.3 Batasan Masalah

- 1) Geografis : Jakarta dan sekitar (Jabodetabek)
- 2) Demografis:
 - a) Usia : 24-30 tahun
 - b) Pendidikan : SMA – Sarjana
 - c) Status ekonomi : SES B
- 3) Psikografis : Ingin membayar pajak namun mempunyai kesulitan dalam pembukuan dan pembayaran; Ingin instan/dipermudah.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Maksud dari perancangan tugas akhir ini adalah sebagai tujuan merancang visual kampanye promosi untuk mempermudah Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban membayar pajak.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1. Bagi penulis:

Penulis dapat mengimplementasikan ilmu pengetahuan pada tugas akhir perancangan visual kampanye promosi kemudahan dalam membayar pajak oleh pajak yang telah di dapat dari perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara.

2. Bagi masyarakat:

Memberikan desain kampanye promosi mengenai *brand* HiPajak dan keunggulannya dalam mempermudah permasalahan pajak.

3. Bagi Universitas:

Karya tulis penulis dengan judul perancangan visual kampanye promosi kemudahan dalam membayar pajak oleh HiPajak ini dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA