

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Berdasarkan data Indonesia Corruption Watch (ICW) melalui Data Indonesia (2022), terjadi peningkatan 43,24% kasus korupsi pada tahun 2021 dibandingkan tahun sebelumnya. Kasus korupsi dapat melibatkan suatu individu, organisasi, perusahaan korporat bahkan hingga perusahaan konsultan pajak. Salah satu contoh kasus korupsi ialah kasus Rafael Alun Trisambodo (RAT) (New Republika, 2023). RAT selaku mantan pejabat Ditjen Pajak Kemenkeu melakukan pencucian uang dari tahun 2011 hingga 2023 sebesar Rp150 miliar melalui perusahaan miliknya, yaitu PT Artha Mega Ekadhana (AME) yang bergerak dalam bidang jasa konsultan pajak. Kerapnya kasus korupsi membuat khalayak masyarakat baik orang pribadi maupun perusahaan kurang percaya kepada pemerintahan bahkan mulai mencurigai perusahaan konsultan pajak. Wakil Presiden (Wapres) K.H. Ma'ruf Amin (Setneg, 2023), juga menyatakan bahwa Kemenkeu akan terus melakukan pembenahan, perbaikan, dan pemeriksaan kepada wajib pajak baik pegawai pemerintahan maupun masyarakat. Dengan demikian, kerap munculnya kasus terkait perpajakan dan pemeriksaan pelaporan pajak yang semakin ketat maka wajib pajak harus lebih teliti dalam memilih perusahaan konsultan pajak.

Perusahaan konsultan pajak menyediakan jasa konsultasi dan pengolahan perpajakan bagi klien-klien sehingga wajib pajak dapat melaksanakan kewajibannya dalam membayar pajak. PT Prima Konsultan Indonesia adalah perusahaan jasa konsultan pajak yang telah berdiri sejak Juli 2018 dan terletak pada Gedung Menara Rajawali, Jakarta Selatan. PT Prima Konsultan Indonesia didirikan oleh Meity Lembong dan Sugianto Halim yang menyadari pentingnya peranan ideal dalam pengawasan penerapan peraturan-peraturan perpajakan. Berdasarkan wawancara dengan Meity Lembong, PT Prima Konsultan Indonesia

memegang erat nilai akuntabilitas, kepercayaan, dan transparansi antara Prima Konsultan dengan klien mereka.

Sayangnya, PT Prima Konsultan Indonesia belum memiliki identitas visual tetap, ditemukan inkonsistensi dalam penggunaan serta tidak mengakui eksistensi identitas visual. Masalah yang ditemukan ialah belum ada rasa kepercayaan antara perusahaan dan sasaran target dengan identitas visual. Identitas yang dimiliki Prima Konsultan saat ini belum mencerminkan citra dan *value brand* sehingga menjadi lebih sulit untuk menjangkau sasaran target Prima Konsultan, yaitu laki-laki dan perempuan dengan usia 35-45 tahun. Hal tersebut didukung oleh kuesioner yang disebarkan kepada 100 orang bahwa 79% mengatakan logo Prima Konsultan belum merepresentasikan perusahaan konsultan pajak

Menurut Alina Wheeler (2018), adanya identitas visual mampu memicu persepsi dan asosiasi audiens terhadap suatu *brand*. Alina Wheeler juga mengatakan bahwa identitas visual yang tepat dapat meningkatkan kepercayaan; menunjukkan perbedaan dan keunikan; serta meningkatkan *recognition* suatu *brand*. Kemudian berdasarkan kuesioner yang disebarkan, 84,6% responden mengatakan perusahaan konsultan pajak membutuhkan identitas visual guna meningkatkan kepercayaan. Selain itu berdasarkan logo Prima Konsultan yang dilampirkan, sebanyak 42% responden tidak mempercayai Prima Konsultan sebagai perusahaan konsultan pajak.

Maka dari itu, berdasarkan permasalahan di atas, penulis mengajukan perancangan ulang identitas visual PT Prima Konsultan Indonesia. Identitas visual ini berfungsi untuk memperkuat entitas PT Prima Konsultan Indonesia sebagai perusahaan konsultan pajak yang dapat dipercaya dan *sincere*. Perancangan identitas juga dapat meningkatkan loyalitas, serta mempertahankan kelangsungan PT Prima Konsultan Indonesia.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan ulang identitas PT Prima Konsultan Indonesia?

### 1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah yang ada dalam perancangan identitas tersebut antara lain:

#### 1. Demografis

- a. Usia
  - i. Primer : 46–55 tahun
  - ii. Sekunder : 35–45 tahun
- b. Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
- c. Kewarganegaraan : Indonesia
- d. Pendidikan minimal : SMA
- e. Kelas ekonomi : SES A

Kelompok masyarakat golongan ekonomi atas dipilih karena kelompok tersebut memiliki pendapatan yang cukup untuk menggunakan jasa konsultan pajak, serta memiliki transaksi-transaksi yang dapat dikenakan pajak.

#### 2. Geografis

- a. Primer : Jabodetabek
- b. Sekunder : Indonesia

#### 3. Psikografis

- a. Tidak mau mengambil risiko dalam kesalahan perhitungan laporan perpajakan.
- b. Menghindari konflik dengan Direktorat Jenderal Pajak.
- c. Menyukai hal yang efisien dan praktis.
- d. Memprioritaskan keamanan dan kenyamanan.

### 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merancang ulang identitas PT Prima Konsultan Indonesia.

### 1.5 Manfaat Tugas Akhir

#### 1. Bagi Penulis

Penulis dapat memperluas wawasan mengenai proses perancangan identitas yang sistematis, mengasah kemampuan *problem solving* penulis dalam

mencari solusi yang tepat dari permasalahan yang ada, mendorong penulis untuk berpikir kritis selama pelaksanaan tugas akhir, serta mengasah kemampuan teknis penulis dalam penggunaan aplikasi desain. Selain itu, penulis juga dapat menambah wawasan mengenai perpajakan dan akuntansi.

2. Bagi PT Prima Konsultan Indonesia

Perancangan identitas bagi PT Prima Konsultan Indonesia diharapkan dapat membantu mereka dalam meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan bagi calon klien dan karyawan PT Prima Konsultan Indonesia.

3. Bagi Universitas Multimedia Nusantara

Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi referensi mahasiswa dalam penelitian perancangan yang serupa.



# UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA