

# Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia

Terakreditasi Nasional Sinta 4 SK NO 3 / E / KPT / 2019  
<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka>

## KAJIAN STUDI KRITIS IMPLIKASI SLOGAN PAJAK “BANGGA BAYAR PAJAK”

Bambang Haryadi<sup>1\*</sup>, Lailatuz Zahra<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

### Article's Information

#### DOI:

10.32812/jibeka.v16i1.191

#### ISSN:

0126-1258

#### ISSN-E:

2620-875X

#### CORRESPONDENCE\*:

bambang.haryadi@trunojoyo.  
ac.id

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to test the level of knowledge and understanding of taxpayers about tax slogans "proud to pay taxes." The type of research is a descriptive qualitative method using a critical approach. The place chosen in this study was KPP Pratama Pamekasan. The results showed that (1) socialization by KPP Pratama Pamekasan was still lacking, so the community did not know and understand what he wanted in the slogan. (2) The slogan is still interpreted and is inappropriate. The taxpayer still considers the slogan to remind the awareness to pay taxes. Not yet at the stage of pride for taxpayers after paying taxes; (3) Great hope of the slogan that the community is more proud of the government can manage professionally and accountable tax revenues.*

**Keywords:** Tax, Slogan, Proud to Pay Taxes

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji tingkat pengetahuan dan pemahaman wajib pajak tentang slogan pajak “bangga membayar pajak”. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan kritis. Tempat yang dipilih dalam penelitian ini adalah KPP Pratama Pamekasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) sosialisasi yang dilakukan oleh KPP Pratama Pamekasan masih kurang, sehingga masyarakat tidak mengetahui dan memahami apa yang diinginkan dalam semboyan tersebut. (2) Slogan tersebut masih dimaknai dan kurang tepat. Wajib pajak masih mempertimbangkan slogan untuk mengingatkan kesadaran membayar pajak. belum pada tahap kebanggaan bagi wajib pajak setelah membayar pajak; (3) Harapan besar dari semboyan agar masyarakat semakin bangga terhadap pemerintah dapat mengelola penerimaan pajak secara profesional dan akuntabel.

**Kata Kunci:** Pajak, Slogan, Bangga Bayar Pajak

## Pendahuluan

Indonesia sebagai negara berkembang memiliki perencanaan pembangunan diseluruh aspek kehidupan rakyat. Di Indonesia terdapat beberapa perencanaan pembangunan, meliputi perencanaan jangka menengah dan perencanaan jangka panjang (Sari, 2019). Negara membutuhkan sumber dana untuk merealisasikan pembangunan. Salah satu sumber dana dan pemasukan negara yang berasal dari pajak dan pajak merupakan sumber pendapatan terbesar negara yang kurang lebih 80%.

**Tabel 1 Penerimaan Negara Indonesia**

Sumber Penerimaan	2015	2016	2017	2018	2019
Penerimaan Perpajakan	1.240,4 T	1.285,0 T	1.472,7 T	1.618,1 T	1.786,4 T
Penerimaan Bukan Pajak	255,6 T	262,0 T	260,2 T	275,4 T	378,3 T

Sumber : Kemenkeu. 2019

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa peran sektor perpajakan bagi pendapatan negara saat ini cukup besar, dapat dilihat dari perkembangan terakhir pada tahun 2019 yang menunjukkan bahwa pendapatan negara dari sektor perpajakan sebesar Rp1.786,4 Triliun, penerimaan negara bukan pajak sebesar Rp378,3 Triliun ([www.kemenkeu.go.id](http://www.kemenkeu.go.id)). Ini menunjukkan pendapatan negara dari sektor perpajakan maupun penerimaan negara bukan pajak mengalami kenaikan setiap tahunnya.

Indonesia menganut sistem perpajakan self assesment system yang memberikan wajib pajak kepercayaan sepenuhnya untuk menghitung, memperhitungkan, membayar dan melaporkan sendiri jumlah pajak terutang dan dituntut peran aktif langsung dari masyarakat dalam pemenuhan kewajiban agar tetap menunjang jalannya roda pemerintahan. Kurangnya kesadaran Wajib Pajak merupakan faktor dari melemahnya self assesment system yang akan berdampak pada penurunan pajak (Ersania & Merkusiwati, 2018).

Selain perlunya meningkatkan kesadaran masyarakat, pemerintah juga perlu meningkatkan pengetahuan dan wawasan masyarakat mengenai sistem dan peraturan perpajakan yang berlaku, khususnya mengenai bagaimana caranya menjalankan kewajiban perpajakan yang sesuai dengan undang-undang yang berlaku, yang salah satu caranya adalah dengan mengadakan sosialisasi atau penyuluhan perpajakan bagi masyarakat. Apalagi dengan perubahan sistem menjadi e-system. Yang awalnya melakukan pelaporan secara manual, sekarang dengan kecanggihan teknologi diganti dengan sistem elektronik. Maka dibutuhkan sosialisasi mengenai perubahan sistem tersebut. Apabila masyarakat kurang memahami mengenai pengetahuan tersebut ini menyebabkan mereka tidak memahami bagaimana caranya melaksanakan kewajiban

perpajakan mereka dan pada akhirnya tidak melaksanakan kewajiban itu, dan hal tersebut seharusnya berdampak pada kepatuhan perpajakannya.

Salah satu cara yang tepat dalam rangka meningkatkan penerimaan pajak, yaitu dengan melalui Sosialisasi Perpajakan. DJP telah banyak melakukan sosialisasi tersebut, dan dilakukan dengan berbagai macam cara dan juga bentuk seperti dengan melakukan seminar atau acara diskusi masalah pajak, mengadakan kelas pajak, sosialisasi secara tatap muka langsung, iklan layanan masyarakat di televisi, radio, maupun di media cetak dan internet, workshop, sosialisasi dalam car free day, sosialisasi pada website [www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id), bahkan sosial media telah digunakan sebagai tempat sosialisasi perpajakan terbaru yang dilakukan oleh Ditjen Pajak (DDTCNews, 2017). Sehingga dari adanya sosialisasi-sosialisasi yang telah dilakukan tersebut, diharapkan akan memberikan pemahaman dan kepatuhan wajib pajak untuk membayar pajak dan lebih paham akan arti penting pajak bagi pembangunan Negara Indonesia.

Akan tetapi, fenomena yang berkembang beberapa tahun ke belakang cenderung berlawanan dari apa yang seharusnya. Beberapa permasalahan muncul, diantaranya masyarakat yang enggan mematuhi kewajibannya sehingga pendapatan pajak yang disalahgunakan oleh oknum. Kasus yang sempat ramai dibicarakan beberapa waktu yang lalu tentang penyelewengan uang pajak tentunya berimbas terhadap citra kantor pajak itu sendiri. Sebagai sebuah instansi pemerintah, yang publik eksternalnya adalah rakyat, tentunya diperlukan kepercayaan yang tinggi dari kedua belah pihak. Dan kepercayaan itu tidak dibangun dengan mudah, terlebih setelah kepercayaan tersebut mulai luntur. Di sini tentunya, diperlukan peranan humas untuk mengembalikan kepercayaan rakyat agar citra positif dapat kembali dibentuk

Untuk hal tersebut, Direktorat Jenderal Pajak tentunya harus memiliki strategi serta program baru yang terus berkembang untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang ada. Yang paling sederhana adalah dengan membuat slogan baru yang dapat menarik minat, perhatian serta simpati rakyat. Sebuah slogan, meskipun terkesan sederhana dan simple tetapi pada kenyataannya tidaklah demikian. Setiap slogan yang dibuat tentu memiliki makna dan tujuan yang hendak dicapai. Terlebih, slogan-slogan itu dibuat oleh sebuah instansi pemerintah. Slogan bisa dijadikan sebagai alat untuk membentuk maupun memperbaiki citra sehingga menimbulkan image baru yang lebih baik tentunya.

Jika diamati. Slogan mengenai pajak telah beberapa kali mengalami perubahan, hal tersebut merupakan hal yang wajar mengingat masyarakat juga terus berkembang. Masyarakat setidaknya pernah mendengar dan membaca slogan seperti "Hari Gini Ga

Punya NPWP? Apa Kata Dunia?” atau “Orang Bijak Bayar Pajak” atau “Lunasi Pajaknya, Awasi Penggunaannya” serta yang terakhir yang baru saja diluncurkan tahun 2012 lalu, yaitu “Bangga Bayar Pajak”. Jika ditinjau lebih lanjut, terdapat perbedaan antara dua slogan awal dengan dua slogan yang terakhir. Dua slogan terdahulu lebih bertujuan untuk menyadarkan masyarakat akan kewajibannya terhadap negara. Pada slogan ketiga, meskipun tetap menuntut kesadaran masyarakat, tetapi ditambah dengan kata-kata “Awasi Penggunaannya” yang mengisyaratkan bahwa instansi terakhir menyadari bahwa masyarakat pun perlu dilibatkan dengan pengawasan penggunaan pajak, tidak hanya terhenti sampai pelunasan kewajiban

Efektivitas slogan akan berbentuk ketika slogan berhasil menggiring pengetahuan masyarakat, sikap, dan pandangan mengenai pajak yang diharapkan membentuk kesadaran masyarakat akan membayar pajak. Untuk itulah sosialisasi yang dilakukan oleh DJP sangat penting agar masyarakat sadar dan memahami pentingnya dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji tingkat pengetahuan dan pemahaman wajib pajak orang pribadi dan badan tentang slogan pajak “Bangga Bayar Pajak.” Tujuan berikutnya adalah menilai apakah levelkesadaran wajib pajak dan badan sudah pada tingkat bangga dalam melaksanakan kewajiban meaporkan dan membayar pajaknya.

## **Kajian Pustaka**

### **Pajak dan Fungsinya**

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 tentang perubahan ketiga atas Undang-undang Nomor 6 tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada pasal 1 ayat 1, menyatakan bahwa pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Konsep pajak adalah salah satu usaha untuk mewujudkan kemandirian bangsa atau negara dalam hal pembiayaan pembangunan adalah menggali sumber dana yang berasal dari dalam negeri. Pajak digunakan untuk membiayai pembangunan yang berguna bagi kepentingan bersama. Kemudian pajak mempunyai 2 fungsi utama, yaitu fungsi penerimaan dan fungsi mengatur. Fungsi penerimaan dimaksudkan bahwa pajak berfungsi sebagai sumber dana yang diperuntukan bagi pembiayaan pengeluaran-pengeluaran pemerintah. Sedangkan fungsi mengatur dimaksudkan sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan di bidang sosial ekonomi (Handayani, 2017).

## **Pemahaman Pajak**

Sistem self assesment menuntut adanya peran aktif dari masyarakat memenuhi kewajiban perpajakan. Wajib pajak yang telah memiliki NPWP diharapkan akan menjadi wajib pajak yang aktif dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Sesuai dengan sistem self assesment yang dianut di Indonesia, wajib pajak diberi kepercayaan sepenuhnya untuk menghitung, memperhitungkan, membayar dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang harus dibayarnya. Kewajiban perpajakan tersebut harus dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Wajib pajak juga harus memiliki pemahaman yang baik tentang peraturan perpajakan yang berlaku.

Rohman dan purnadtya (2015) memberikan penjelasan bahwa pemahaman serta pengetahuan akan peraturan perpajakan adalah proses dimana Wajib Pajak mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan-pengetahuan tersebut untuk membayar pajak yang ada. Dimana yang dimaksud mengerti dan paham adalah wajib pajak atau non wajib pajak yang memahami ketentuan umum dan tata cara perpajakan, yang meliputi tentang bagaimana cara menyampaikan surat pemberitahuan (SPT), pembayaran, tempat pembayaran, denda dan batas waktu pembayaran atau pelaporan SPT. Indikator-indikator itulah yang kemudian menjadi dasar dalam menganalisa setiap informasi yang diperoleh, apakah telah sesuai dengan prinsip atau indikator tersebut, dimana sebagian besar telah pula mengarah pada pemahaman akan hak dan kewajiban sebagai wajib pajak. Setidaknya, secara garis besar, konsep tersebut yang menjadi dasar utama dalam menganalisa informasi kunci yang didapatkan dalam penelitian ini, pemahaman akan hak dan kewajiban perpajakan mereka, sampai sejauh mana dampaknya menghasilkan pemahaman tersebut.

Pemenuhan kewajiban perpajakan akan terlaksana dengan baik jika didukung dengan pemahaman wajib pajak yang baik mengenai peraturan perpajakan. Pemahaman tersebut memudahkan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Penggunaan variabel pemahaman peraturan perpajakan didukung dengan hasil penelitian Nugroho (2012) menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman tentang perpajakan berpengaruh positif terhadap kewajiban wajib pajak. Dalam penelitian ini yang dimaksudkan pemahaman wajib pajak dalam pemahaman serta pengetahuan akan peraturan perpajakan adalah proses dimana Wajib Pajak mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan-pengetahuan tersebut untuk membayar pajak yang ada.

## **Slogan Pajak**

Slogan Pajak “Bangga Bayar Pajak”. Slogan tersebut memiliki makna yang mendalam yang tujuan adanya slogan pajak “Bangga Bayar Pajak” mencerminkan sebuah keinginan dari DJP agar masyarakat yang telah memenuhi kewajiban perpajakannya bisa bangga terhadap apa yang telah dilakukan dalam hal ini membayar pajak. Jadi, wajib pajak tidak menganggap hal tersebut sebagai beban dan keterpaksaan belaka demi memenuhi kewajiban sebagai warga negara khususnya sebagai wajib pajak, melainkan akan timbul kepuasan setelah melakukannya. Namun, kebanggaan tidak dapat muncul dalam diri seseorang begitu saja. Dibutuhkan usaha dan timbal balik yang sesuai dari instansi terkait (DJP). Pembuatan slogan ini merupakan suatu langkah awal yang tepat untuk menyadari pentingnya pajak bagi dirinya sendiri maupun keberlangsungan hidup masyarakat Indonesia.

Bangga Bayar Pajak harapannya, DJP bisa mengedukasi masyarakat Indonesia, mengubah mindset dari apatis menjadi masyarakat yang sadar arti pajak untuk negara kita, lebih 80% APBN kita dari pajak, kemudian setelah “ sadar ”, naik level lagi, mereka akan dengan rela hati/ ikhlas bayar pajak, untuk menyumbang kontribusi negara, jadi “ tidak terpaksa “ lagi. Pernah tau kartu Indonesia Pintar ? Kartu sembako? Kartu Prakerja ? itu adalah kartu untuk “penerima“ bantuan sedangkan dengan mempunyai kartu NPWP, kita menjadi “pemberi“ bantuan, tidak hanya menerima, tapi kita yang memberi untuk negara. Itulah kenapa ketika kita mempunyai NPWP, bayar pajak, kita sepatutnya bangga. Jadi, tugas DJP adalah mengubah mindset masyarakat Indonesia menjadi level – level tadi, dengan apa? Edukasi. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) memiliki program Inklusi Kesadaran Pajak. Program ini merupakan upaya bersama DJP dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan serta Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi selaku pihak yang membidangi pendidikan.

Visi program ini sejalan dengan program Penguatan Pendidikan Karakter (PPK) yang dicanangkan oleh Kemendikbud. PPK merupakan wujud dari implementasi Nawacita 8, yaitu Revolusi Karakter Bangsa sebagai pondasi dan roh utama pendidikan. Dalam program ini, DJP menyelenggarakan kegiatan Pajak Bertutur pada Agustus 2017 di 2.000 institusi sekolah, yang diikuti 110.000 siswa SD sampai mahasiswa. Program ini berjalan sesuai dengan harapan, meski penyampaian materi hanya sekitar 1 jam, para siswa tetap antusias mengikutinya.

Melalui program tersebut, para siswa diberikan materi edukasi sadar pajak sesuai dengan porsinya. Kepada siswa SD disampaikan nilai-nilai berbagi dan gotong-royong, kepada siswa SMP disampaikan nilai-nilai pajak sebagai pelaksanaan hak dan kewajiban sebagai warga negara. Adapun, kepada siswa SMA disampaikan nilai-nilai pajak sebagai tulang

panggung pembangunan. Yang terakhir kepada mahasiswa perguruan tinggi, disampaikan materi pajak sebagai perwujudan ideologi, politik, ekonomi, sosial dan budaya, pertahanan, dan keamanan. Selain Pajak Bertutur, DJP juga pernah menggelar kegiatan sejenis seperti High School Tax Road Show, High School Tax Competition, dan Tax Goes to Campus. Semua kegiatan ini memunculkan semangat yang berkesan bagi kalangan pelajar mahasiswa dalam menanamkan kesadaran pajak sejak dini.

### **Metode**

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan kritis. peneliti memilih menggunakan metode ini dengan pertimbangan bahwa kasus yang diteliti merupakan kasus yang memerlukan penggunaan pengamatan dan bukan menggunakan model pengangkaan, kedua dengan penelitian kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan, dan yang ketiga adalah adanya kedekatan hubungan emosional antara peneliti dan responden sehingga akan menghasilkan suatu data yang mendalam (Herlambang, 2018) Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kritis, teori kritis merupakan teori-teori yang secara terbuka mendukung nilai-nilai tertentu dan menggunakan nilai-nilai ini untuk menafsirkan peran sosial media massa (Baran dan Davis, 2010:252).

Tempat yang dipilih dalam penelitian ini yaitu KPP Pratama Pamekasan dan Wajib Pajak Orang Pribadi dan Wajib Pajak Badan di Kabupaten Pamekasan. Dalam penelitian kualitatif, penentuan sumber data masih bersifat sementara , dan akan berkembang kemudian setelah peneliti di lapangan. Sampel sumber data pada tahap awal memasuki lapangan dipilih orang yang memiliki power dan otoritas pada situasi sosial atau objek yang diteliti, sehingga mampu “ membukakan pintu “ kemana saja peneliti akan melakukan pengumpulan data.

Dalam penelitian kualitatif, teknik analisis data lebih banyak dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data. Tahapan dalam penelitian kualitatif adalah tahap memasuki lapangan. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskripsi, sebagaimana yang diungkapkan oleh Sugiyono adalah metode kualitatif untuk mendapatkan data yang mendalam. Oleh karena itu, analisis data yang dilakukan dalam penelitian yakni proses mengumpulkan dan menyusun secara baik data-data yang didapatkan melalui wawancara dan dokumentasi berupa catatan hasil wawancara yang tentunya berkaitan dengan Slogan Pajak “Bangga Bayar Pajak” selanjutnya penarikan kesimpulan merupakan hasil dari proses penelitian yang akan menjawab fokus dari penelitian berdasarkan analisis data dimana simpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menarik kesimpulan dan mengkritisi data yang diperoleh dari objek penelitian.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **1. Sosialisasi Slogan Pajak “Bangga Bayar Pajak” Oleh KPP.**

Untuk memahami sebuah pernyataan tentu diperlukan pengenalan terlebih dahulu tentang pernyataan tersebut. Harapannya tentu agar supaya pernyataan tersebut dikenal, memasyarakat dan dan dipahami makna yang terkandung dibaliknya. Begitu pula dengan slogan-slogan pajak yang disampaikan oleh KPP tentu perlu disosialisasikan secara lebih intens agar dapat dikenal dan dipahami maksud dan tujuannya.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan KPP Pratama tentang pelaksanaan sosialisasi langsung slogan pajak “Bangga Bayar Pajak” oleh pihak KPP Pratama Pamekasan kepada wajib pajak, menunjukkan hasil sebagai berikut:

*“ Saya belum pernah mendengar sebelumnya, ya saya hanya melihat saja saat mau minta NPWP dikantor pajak. Kalau sosialisasi dari KPP saya tidak pernah dan sepertinya belum pernah ada sosialisasi langsung ke masyarakat. “*

*“ Untuk memahami sayapun juga tidak tahu maksudnya. Makna dari Slogan Pajak ‘Bangga Bayar Pajak’ belum paham sepenuhnya hanya sekedar tau saja kalau ada slogan. (Wawancara Mochtar). “*

Pada kesempatan yang lain tentang kurangnya sosialisasi tentang slogan pajak tersebut juga diungkapkan oleh informan Riski Daniar, yang menyatakan:

*“ Saya hanya melihat Slogan Pajak “Bangga Bayar Pajak” dari iklan TV saja. Di jalan-jalan kota Pamekasan saya belum lihat. Sosialisasi langsung belum pernah ada dari KPP Pratama Pamekasan termasuk juga ke sekolah-sekolah tempat saya bekerja”. “*

Hal senada juga dikemukakan oleh beberapa informan berikut ini yang pada prinsipnya menilai kalau belum adasosilasasi dari pihak KPP:

*“Belum pernah, di kantor juga tidak ada petugas pajak sosialisasi tentang perpajakan. Jadi, saya belum pernah mengikuti sosialisasi tentang perpajakan apalagi tentang makna Slogan Pajak “Bangga Bayar Pajak”. Saya Cuma mengetahui slogan tersebut di iklan tv dan melihat baliho di jalan, dan saya kira cuman ajakan buat taat bayar pajak saja. (Wawancara Salasi). “*

*“ Saya mengetahui Slogan Pajak “Bangga Bayar Pajak” dari iklan kantor pajak dan WEB. Belum pernah ada sosialisasi mengenai slogan ini ke kantor PLN”. (Wawancara Rachmad Bagus Wibowo). “*

Sosialisasi Kantor Pajak Pratama Pamekasan kepada masyarakat atau Wajib Pajak tentang makna Slogan Pajak belum optimal, dari studi lapangan yang dilakukan kurangnya sosialisasi dari Kantor Pajak Pratama Pamekasan mengenai makna dan tujuan Slogan Pajak “Bangga Bayar Pajak” kepada masyarakat atau Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan sehingga Wajib Pajak hanya bisa melihat slogannya saja tanpa mengetahui maknanya dan Wajib Pajak hanya menafsirkan sendiri.

Tidak efektifnya sosialisasi tentang perpajakan dan Slogan Pajak “Bangga Bayar Pajak” ke masyarakat mengakibatkan tidak tersampainya pesan dan informasi pada masyarakat. Sehingga masyarakat hanya menafsirkan sendiri dan berdampak pada cara pandang masyarakat terhadap pelayanan KPP Pratama Pamekasan.

Kurangnya sosialisasi tentang makna dan tujuan Slogan Pajak “Bangga Bayar Pajak” mengakibatkan kurang pemahamannya Wajib Pajak mengenai tujuan dari Slogan Pajak “Bangga Bayar Pajak”. Wajib Pajak hanya sekedar mengetahui slogan tersebut di baliho dan iklan. Sehingga mengakibatkan tidak tersampainya pesan dan makna sesungguhnya dari Slogan Pajak “Bangga Bayar Pajak” kepada masyarakat.

Padahal Dalam Surat Edaran Dirjen Pajak No. SE 98/PJ/2011 tentang Pedoman Penyusunan Rencana Kerja dan Laporan Kegiatan Penyuluhan Perpajakan Unit Vertikal di Lingkungan Direktorat Jenderal Pajak, disebutkan bahwa upaya untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang hak kewajiban perpajakannya harus terus dilakukan karena beberapa alasan antara lain (1) Program ekstensifikasi yang terus menerus dilakukan Direktorat Jenderal Pajak diperkirakan akan menambah jumlah wajib pajak baru yang membutuhkan sosialisasi/penyuluhan (2) Tingkat kepatuhan wajib pajak terdaftar masih memiliki ruang yang besar untuk ditingkatkan (3) Upaya untuk meningkatkan jumlah penerimaan pajak dan meningkatkan besarnya tax ratio (4) Peraturan dan kebijakan di bidang perpajakan bersifat dinamis.

Dalam rangka mencapai tujuannya, maka kegiatan sosialisasi atau penyuluhan perpajakan dibagi ke dalam tiga fokus, yaitu kegiatan sosialisasi bagi calon wajib pajak, kegiatan sosialisasi bagi wajib pajak baru, dan kegiatan sosialisasi bagi wajib pajak terdaftar. Kegiatan sosialisasi bagi calon wajib pajak bertujuan untuk membangun awareness tentang pentingnya pajak serta menjangkau wajib pajak baru. Kegiatan sosialisasi bagi wajib pajak baru bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kepatuhan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya, khususnya bagi mereka yang belum menyampaikan SPT dan belum melakukan penyetoran pajak untuk yang pertama

kali. Sedangkan kegiatan sosialisasi bagi wajib pajak terdaftar bertujuan untuk menjaga komitmen wajib pajak untuk terus patuh

Kegiatan sosialisasi atau penyuluhan perpajakan dapat dilakukan dengan dua cara sebagai berikut : (1) Sosialisasi Langsung dengan meniadakan kegiatan sosialisasi perpajakan dengan berinteraksi langsung dengan wajib pajak atau calon wajib pajak. Bentuk sosialisasi langsung yang pernah diadakan antara lain *early tax education*, *tax goes to school / tax goes to campus*, Perlombaan Perpajakan (cerdas cermat, debat, pidato perpajakan, artikel), sarasehan/tax gathering, kelas pajak, klinik pajak, seminar/diskusi, dan workshop/bimbingan teknis. (2) Sosialisasi tidak langsung yaitu kegiatan sosialisasi perpajakan kepada masyarakat dengan tidak atau sedikit melakukan interaksi dengan peserta. Contoh kegiatan sosialisasi tidak langsung antara lain sosialisasi melalui radio/ televisi, penyebaran buku/ booklet/ leaflet perpajakan. Bentuk-bentuk sosialisasi tidak langsung dapat dibedakan berdasarkan medianya. Dengan media elektronik dapat berupa talkshow TV, built-in program, dan talkshow radio, akun sosial media (FB, Instagram, Youtube). Sedangkan dengan media cetak (koran/majalah tabloid/ buku) dapat berupa suplemen, advertorial (booklet/ leaflet perpajakan), rubrik tanya jawab, penulisan artikel pajak, dan penelitian majalah/ buku/ alat peraga penyuluhan (termasuk komik pajak). Selain itu, kegiatan-kegiatan seperti pembuatan iklan layanan masyarakat, pemasangan spanduk/ banner/ billboard dan sejenisnya, penyebaran pesan singkat, aksi simpatik turun ke jalan, pojok pajak/ mobil keliling dan konsultasi perpajakan merupakan kegiatan yang penting untuk dilakukan akan tetapi tidak tergolong sebagai kegiatan sosialisasi perpajakan.

## **2. Pemahaman Makna Slogan “Bangga Bayar Pajak”.**

Penyampaian slogan-slogan pajak oleh KPP tentu memiliki maksud dan tujuan tertentu. Pasti akan ada yang diharapkan dengan mengangkat tema-tema tertentu dalam slogan tersebut. Sejauh mana masyarakat memahami slogan tersebut dan terimplementasi dalam sikap dan perbuatan wajib pajak tentu sangat bergantung pula dari upaya-upaya awal yang dilakukan oleh KPP kepada masyarakat.

Jikalau masyarakat memahami tentang hakekat slogan tersebut dan juga dalam implementasi dalam pelaporan dan pembayaran pajaknya menunjukkan hakekat yang ada dalam slogan tersebut maka bisa diyakini bahwa slogan tersebut telah dipahami. Namun sebaliknya jika belum terimplementasi dalam prakteknya maka slogan tersebut hanya sekedar slogan namun belum menjadi bagian dalam gaya hidup masyarakat dalam perpajakan.

Berikut hasil wawancara dengan berbagai informan yang bertujuan untuk menilai pemahaman mereka tentang tujuan dan makna slogan pajak “Bangga Membayar Pajak”:

*“ Saya tidak terlalu paham juga dengan pajak, Cuma saya memahaminya pajak diambil dari rakyat untuk kepentingan rakyat. “*

*“ Apalagi makna sesungguhnya slogan pajaknya tambah tidak ngerti saya. Nggak terlalu paham, cuman saya membuat penafsiran sendiri tentang itu, yaitu pemerintah ingin menyadarkan masyarakat membayar pajak. (Wawancara Salasi)”*

Informan lain bernama Riski Danial menyatakan hal serupa tentang peahamannya akan slogan pajak “Bangga Membayar Pajak yang telah dicanangkan oleh Direktorat Jenderal Perpajakan (DJP) Republik Indonesia.

*“ Kalau saya karena guru ya paham arti dan maknanya. Dengan kita membayar pajak bisa mendatangkan rasa bangga karena sudah ikut berpartisipasi dalam pembangunan untuk tujuan mulia yaitu tercapainya kesejahteraan, kemakmuran, dan kemajuan bangsa. “*

*“ Kalau masalah saya bangga atau tidak saya belum merasakan sih. Saya bayar bayar masih sebatas kewajiban dan belum ada rasa bangga. Mungkin nanti ya kalau sudah lama paling ya bisa juga. Pokoknya saya bisa bayar ikut berpartisipasi dalam pembangunan negara. “*

*“ Sebagai rakyat akan lebih bangga lagi ketika uang rakyat tidak dikorupsi, justru perilaku birokrasi dan pejabat negara yang harus bisa memberi contoh, tauladan dengan cara melaksanakan roda pemerintahan secara jujur dan profesional. Bayar pajak untuk pembangunan negara, untuk rakyat juga, jadi rakyat juga akhirnya yang akan merasakan manfaatnya. Jangan sampai dikorupsi sehingga terjadilah krisis kepercayaan terhadap negara. “*

Nampak sekali dari pernyataan-pernyataan informan bahwa slogan yang disampaikan oleh DJP meskipun sudah mulai dikenal namun ternyata belum bisa menyentuh perasaan dan kesadaran mereka untuk melaporkan dan membayar pajak. Terlebih lagi sampai pada memiliki rasa bangga karena telah membayar pajak.

Hal ini diperkuat kembali oleh beberapa informan lainnya yang ditanyakan tentang pemahaman dan muncul tidaknya rasa bangga dalam melaporkan atau membayar pajak tahunan yang sudah dilakukannya.

*“ Saya ndak ngerti sama sekali tentang pajak apalagi slogan itu. Pokoknya saya disuruh bayar ya pajak, takut dii denda. Saya hanya sekedar tahu saja kalau ada slogan-slogan pajak dimana-mana. “*

*“ Bangga juga sih meskipun saya kadang merasa berat dan terpaksa bayar pajaknya maaf ya.bangganya karena saya sudah ikut nyumbang ke pemerintah. (Wawancara Mochtar) “*

*“ Saya selalu tepat waktu kalau laporan dan bayar pajak. Niat saya bantu pemerintah untuk biaya pembangunan. Kalau memahami artinya slogan itu ya sedikit-dikit pahami lah. “*

*“ Kan artinya agar kita taat bayar pajak agar pembangunan bisa lancar dan maju terus. Saya sih biasa-biasa saja belum ada rasa bangga. Saya masih sedikit bayar pajaknya makanya belum bangga. “*

Saya hanya merasa lega setelah membayar pajak. Karena sudah tidak memiliki hutang kepada negara. Dengan membayar pajak berguna untuk negara, bisa membantu membangun apalagi sekarang terjadi wabah COVID 19 tentunya negara sangat membutuhkan banyak dana agar bisa membantu masyarakat yang terdampak COVID 19 (Wawancara Endang Agustantini).

*“ Secara arti saya paham maksudnya, biar kita disuruh tepat waktu bayar pajak ke pemerintah. Tapi saya belum bayar pajak ke pemerintah meski saya punya usaha kecil-kecilan. Kayaknya belum mampu saya bayar pajaknya” (Wawancara Rachmad Bagus Wibowo). “*

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan di atas menunjukkan bahwa pemahaman wajib pajak tentang makna slogan pajak “Bangga Bayar Pajak” masih belum sepenuhnya memahami secara konsep. Wajib Pajak hanya menafsirkan sendiri tentang pemahaman makna slogan pajak “Bangga Bayar Pajak” tersebut. Wajib Pajak hanya menafsirkan Perpajakan sebagai kewajiban yang diambil dari rakyat untuk kepentingan rakyat. Sedangkan Makna Slogan Pajak “Bangga Bayar Pajak” yaitu dengan Slogan Pajak “Bangga Bayar Pajak” pemerintah ingin menyadarkan masyarakat dan membuat masyarakat bangga membayar pajak

Padahal mengenai pengertian pajak menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 tentang perubahan ketiga atas Undang-undang Nomor 6 tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada pasal 1 ayat 1, menyatakan bahwa pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Slogan Pajak “Bangga Bayar Pajak” menurut Bapak. Frastyta (Pelaksana Subbagian Umum dan Kepatuhan Internal KPP Pratama Pamekasan) yang Tujuan adanya slogan Bangga Bayar Pajak mencerminkan sebuah keinginan dari DJP agar masyarakat yang telah memenuhi kewajiban perpajakannya bisa bangga terhadap apa yang telah dilakukan (dalam hal ini membayar pajak).

Jadi, wajib pajak tidak menganggap hal tersebut sebagai beban dan keterpaksaan belaka demi memenuhi kewajiban sebagai warga negara khususnya sebagai wajib pajak, melainkan akan timbul kepuasan setelah melakukannya.

Namun, kebanggaan tidak dapat muncul dalam diri seseorang begitu saja. Dibutuhkan usaha dan timbal balik yang sesuai dari instansi terkait (DJP). Pembuatan slogan ini merupakan suatu langkah awal yang tepat untuk menyadari pentingnya pajak bagi dirinya sendiri maupun keberlangsungan hidup masyarakat Indonesia

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian kualitatif dengan teknik wawancara yang dilaksanakan di Pamekasan tentang Slogan Pajak “Bangga Bayar Pajak” dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut (1) Sosialisasi oleh KPP Pratama Pamekasan masih dirasa kurang sehingga masyarakat belum mengetahui dan memahami apa yang diinginkan dalam slogan tersebut. Kurangnya sosialisasi tentang makna dan tujuan Slogan Pajak “Bangga Bayar Pajak” mengakibatkan kurang pemahannya Wajib Pajak mengenai tujuan dari Slogan Pajak “Bangga Bayar Pajak”. Wajib Pajak hanya sekedar mengetahui slogan tersebut di baliho dan iklan. Sehingga mengakibatkan tidak tersampainya pesan dan makna sesungguhnya; (2) Slogan bangga membayar pajak masih dimaknai beragam dan kurang tepat dengan apa yang diinginkan dari makna sesungguhnya slogan tersebut. Wajib Pajak masih menganggap slogan itu hanya sebatas mengingatkan kesadaran untuk bayar pajak. Belum pada tahapan kebanggaan bagi para wajib pajak setelah membayar pajak. Membayar pajak masih sebatas keterpaksaan karena kewajiban atas ketaatan hukum bernegara.; (3) Harapan yang besar dari sekedar slogan tersebut adalah masyarakat akan lebih bangga jika pemerintah benar bisa mengelola profesional dan akuntabel atas penerimaan pajak menghindarkan dari penyalahgunaan dan korupsi.

### **Keterbatasan Penelitian**

Dalam kondisi pandemi Covid 19 yang sangat tinggi, dalam penelitian mengumpulkan data dengan teknik wawancara menggunakan media elektronik yaitu telepon, whatapss dan

telegram. Sehingga peneliti kurang bisa banyak mengeksplor jawaban-jawaban yang barangkali bisa lebih banyakdigidari informan.

### Referensi

------. Undang-Undang KUP Nomor 28 Pasal 1 Tahun 2007.

Alfabeta Arif. Bachtiar dan Muchlis. 2002. Iskandar. Akuntansi Pemerintahan. Jakarta: Salemba Empat.

Baran, J, Stanley dan Davis, K. Dennis, 2010. Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan Dan Masa Depan. Jakarta: Salemba Humanika.

Devano Sony. 2006. Perpajakan: Konsep, Teori, dan Isu, Jakarta: Prenada Media Group.

Ersania, G. R., dan Merkusiwati, N. A. 2018. Pengaruh Penerapan E-System Perpajakan Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. EJurnal Akuntansi, 1883-1884.

Faisal, Sanapiyah. 1990. Penelitian Kualitatif (Dasar-Dasar Dan Aplikasi). Malang: Ya3 Malang.

Handayani. 2017. Penerapan kebijakan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2016 tentang pengampunan pajak dalam dinamika perpajakan indonesia (studi kantor pelayanan pajak pratama gambir empat jakarta pusat).

Herlambang, A. A. 2018. Dampak Sosialisasi Perpajakan Bagi Pemilik Usaha Pada Sektor. ULTIMA Accounting | ISSN 2085-4595.

Husnurrosyidah, dan Suhadi. 2017. Pengaruh E-Filling, E-Billing dan E-Faktur Terhadap Kepatuhan Pajak pada BMT Se-Kabupaten Kudus. Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan, 98.

Ismawan Indra. 2001. Memahami Reformasi Perpajakan 2000. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. Christian. Pengaruh Unsur-Unsur Iklan Pajak : Hiburan, Informatif Dan Nilai Iklan. Jurnal Bricolage. Vol. 3, No. 2.

Kiryanto. 2000. Analisis Pengaruh Penerapan Struktur Pengendalian Intern Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan Dalam Memenuhi Kewajiban Pajak Penghasilannya. EKOBIS. Vol. 1, No. 1 (41-52).

Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss. 2009. Teori Komunikasi, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.

- Loekman Soetrisno, 1994. *Optimalisasi Pemungutan Pajak Bumi Dan Bangunan Di Perkotaan: Suatu Perspektif Sosiologis*, Jakarta. Direktorat Jenderal Pajak. Universitas Trunojoyo
- Mardiasmo. 2011. *Perpajakan*. Edisi Revisi Yogyakarta: Penerbit Andi mutiara mutiah, g. a. 2011. *interpretasi Pajak Dan Implikasinya Menurut Perspektif Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah*. *jurnal akuntansi multiparadigma*, Volume 2, No 3, 369-540.
- Nugroho. 2012. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Untuk Membayar Pajak Dengan Kesadaran Membayar Pajak Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Pekerjaan Bebas Yang Terdaftar Di KPP Pratama Semarang Tengah Satu)*. *Diponegoro Journal Of Accounting*. Volume 1, Nomor 2 (1-11). Universitas Trunojoyo
- Putri, D. P. 2014. *Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Help Desk Terhadap*. *eProceeding of Management*, Vol.1, No.3, Page 138.
- Rohman dan Purnaditya. 2015. *Pengaruh Pemahaman Pajak, Kualitas Pelayanan Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak (Studi Empiris Pada WP OP Yang Melakukan Kegiatan Usaha Di KPP Pratama Semarang Candisari)*. *Diponegoro Journal Of Accounting*. Volume 4, Nomor 4 (1-11).
- Sari, R. R. 2019. *Pengaruh E-Filling E-Billing, dan E-Faktur Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada KPP Pratama Kediri*. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 158.
- Suci, Y. R. 2017. *Perkembangan UMKM*. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, Vol. 6 Universitas Trunojoyo
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung:
- Suparmoko,M. 1979. *Azas-azas Ilmu Keuangan Negara*, BPF, UGM Yogyakarta.
- Supriyanto. 2006. *Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)*. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, Volume 3.
- Suyatmin. 2004. *Pengaruh Sikap Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Pembayaran Pajak Bumi Dan Bangunan: Studi Empiris Di Wilayah KP PBB Surakarta*, Tesis Program Pasca Sarjana Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro.
- Walandouw3, J. Z. 2015. *Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan Spt Tahunan Wajib Pajak Badan (Studi Kasus Pada KPP Pratama Manado Dan KPP Pratama Bitung)*. *Jurnal EMBA*, Vol.3 No.4: 585-592.