

Upaya Komunikasi Samsat untuk Meningkatkan Pembayaran Pajak Kendaraan

Dimas Dwi Rahardi, Maman Suherman

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

Dimasdwirahardi96@gmail.com, Mamansuherman.unisa@gmail.com

Abstract—The implementation Samsat Pajajaran make every effort to increase the payment of motor vehicle taxes by means of Samsat continued to pursue ease pay tax through the innovation J'bret Sambara in which people can pay easily via applications online as pay through open, stalls Shopee, Indomart, Alfamart, and Others. Or offline as pay through, Samlet Samkel, Samkios, Samdong. The purpose of this research to know the efforts to increase the payment process pajajaran for motor vehicle tax (PKB). To know communication activities conducted in order to increase the payment of tax for motor vehicles (PKB). To investigate the obstacles encountered in efforts to increase the payment process communication pajajaran for motor vehicle tax (PKB). To find out why choose inovasion J'bret Sambara, (Samlet, Samkel, Samkios, Samdong) vehicles to increase the payment of tax. This research in a qualitative approach to case studies to see an effort to improve communication Samsat. Vehicle tax payments Researchers used data collection method by interviews, observation the study of literature and the internet. Then analyzed data obtained by the use of triangulation and triangulation theory. Drawing conclusions, efforts to improve Samsat Pajajaran tax payments motor vehicles (PKB) has succeeded in creating ease the community to pay taxes offline or online so with that facilitate the public to pay taxes easily without having to longer queue Samsat. Programs inovasion J'bret sambara, (Samlet, Samkel, Samkios, Samdong) to improve tax payments to simplify the vehicle pay taxes PKB

Keywords—Efforts communication, Samsat, J'bret Sambara

Abstrak—Pelaksanaanya samsat pajajaran melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan pembayaran pajak kendaraan bermotor dengan cara Samsat terus mengupayakan kemudahan membayar pajak PKB melalui program inovasi J'bret Sambara di mana masyarakat bisa membayar dengan mudah baik melalui aplikasi *online* seperti membayar melalui buka lapak, shopee, indomart, alfamart, dan lain sebagainya. maupun *offline* seperti membayar melalui Samlet, Samkel, Samkios, Samdong. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui upaya yang dilakukan Samsat Pajajaran dalam meningkatkan pembayaran pajak kendaraan bermotor (PKB). Untuk mengetahui kegiatan komunikasi yang dilakukan dalam upaya meningkatkan pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB). Untuk mengetahui hambatan yang ditemui dalam upaya komunikasi Samsat Pajajaran untuk meningkatkan pembayaran pajak kendaraan bermotor (PKB). Untuk mengetahui mengapa memilih inovasi-inovasi J'bret Sambara, (Samlet, Samkel, Samkios, Samdong) untuk meningkatkan pembayaran pajak kendaraan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang bertujuan untuk mengetahui upaya komunikasi samsat untuk meningkatkan pembayaran pajak kendaraan. Peneliti

menggunakan metode pengumpulan data dengan wawancara, observasi, studi kepustakaan dan sumber internet. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan triangulasi sumber informan dan triangulasi teori. Simpulan, upaya yang dilakukan Samsat Pajajaran dalam meningkatkan pembayaran pajak kendaraan bermotor (PKB) telah berhasil menciptakan kemudahan masyarakat untuk membayar pajak melali *offline* maupun *online* sehingga dengan hal tersebut memudahkan masyarakat untuk membayar pajak dengan mudah tanpa harus mengantri panjang di Samsat. Adanya program inovasi-inovasi J'bret Sambara, (Samlet, Samkel, Samkios, Samdong) untuk meningkatkan pembayaran pajak kendaraan dapat mempermudah masyarakat membayar pajak PKB

Kata Kunci—Upaya Komunikasi, Samsat, J'bret Sambara

I. PENDAHULUAN

Upaya komunikasi pembayaran pajak J'bret yang dilakukan oleh Samsat di wilayah Jawa Barat bertujuan untuk mempermudah masyarakatnya dalam membayar pajak PKB. Salah satu program Samsat J'bret penulis teliti yaitu program Samsat J'bret Padjajaran dimana upaya komunikasi yang di lakukan oleh Samsat Padjajaran berupa menginformasikan dengan memakai berbagai macam media baik secara konvensional melalui brosur, surat kabar, media massa seperti TV lokal, radio-radio serta media jejaring sosial seperti *instagram*, *facebook*, *twitter*, *web* dan lain sebagainya.

Tujuan penyebaran informasi melalui berbagai macam media yang digunakan Samsat Padjajaran dalam menginformasikan pembayaran pajak dengan program J'bret Sambara untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar tepat waktu dalam membayar pajak PKB-nya. Oleh karena itu pihak Samsat Padjajaran seringkali mempromosikan pembayaran pajak tersebut berulang kali melalui berbagai macam media yang digunakannya.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut penulis tertarik untuk meneliti bagaimana upaya komunikasi Samsat Pajajaran dalam meningkatkan pembayaran pajak kendaraan (PKB). Melalui permasalahan tersebut maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Upaya apa yang dilakukan Samsat Pajajaran dalam meningkatkan pembayaran pajak kendaraan bermotor (PKB)?
2. Bagaimana kegiatan komunikasi yang dilakukan dalam upaya meningkatkan pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB)?

3. Bagaimana Hambatan yang ditemui dalam upaya komunikasi Samsat Pajajaran untuk meningkatkan pembayaran pajak kendaraan bermotor (PKB)?
4. Mengapa memilih inovasi-inovasi J'brek Sambara, (Samlet, Samkel, Samkios, Samdong) untuk meningkatkan pembayaran pajak kendaraan?

II. LANDASAN TEORI

Komunikasi terjadi karena adanya kesamaan makna tentang suatu pesan yang disampaikan seseorang pada saat diterima oleh orang lain. Komunikasi adalah representasi seseorang dalam menyampaikan pesan pada orang lain baik secara individu, kelompok atau organisasi dengan tujuan mengubah perilaku. Menurut A Shofura, M Chatamallah (2019)

Komunikasi terbentuk karena norma-norma yang telah disepakati yang didalamnya terbagi beberapa tugas terstruktur yang secara interaksi sosial dilakukan demi kemajuan dan tujuan bersama.

Kutipan tersebut menjelaskan bahwa komunikasi sebagai bentuk norma sosial dalam kehidupan masyarakat yang berbentuk aturan yang tidak tertulis berfungsi sebagai peraturan sikap dan perilaku manusia dalam pergaulan hidup sehari-hari dalam masyarakat. Norma sosial tersebut bisa dibidang relatif yang banyak menekankan pada sanksi moral sosial sebagai unsur pengawasan terhadap sikap dan perilaku manusia dalam pergaulan tersebut.

Menurut A Maryani, N Nurrahmawati, AM Ramdan, IA Nugraha, menjelaskan bahwa:

Komunikasi yang efektif adalah maksud pesan yang disampaikan dapat dipahami dan mempunyai tujuan yang jelas karena apabila komunikasi tidak disampaikan dengan jelas maksudnya maka hal tersebut tidak akan berhasil sehingga pesan yang disampaikan tidak efektif dan bisa jadi tidak akan sesuai dengan harapan.

Pelayanan publik hakikatnya menciptakan fasilitas yang aman dan nyaman yang didasari dengan kebutuhan, keinginan serta harapan dari publik. Publik akan memperhatikan dan mengikuti sistem birokrasi apabila setiap keinginan dan kebutuhan publik dipenuhi dengan baik sehingga setiap tanggungjawab yang wajib di pajak Negara publik tersebut akan dengan senang hati membayarnya. Pelayanan publik harus terjamin kebutuhan dan keinginannya agar pajak yang di minta pemerintah dapat di bayar oleh publik, karena publik memahami kemajuan Bangsa terletak pada pajak yang telah dibayarnya. Menurut MS Drajat, hambatan dalam pelayanan publik berupa:

1. Keliru dalam memahami informasi : Setiap pesan informasi harus lengkap, mudah dipahami, serta arahan pesan harus dapat dimengerti oleh publik. Sebab apabila pesan informasi yang disampaikan tidak jelas maka hal tersebut akan menjadi masalah dan membuahkan pengambilan keputusan masyarakat yang buruk dan enggan mengikuti aturan yang berlaku.
2. Kurang waktu pelayanan mengakibatkan keputusan

masyarakat untuk membayar pajak menjadi sedikit, hingga sebagian masyarakat akan tidak peduli untuk membayar kewajibannya dengan alasan kurangnya pelayanan yang diberikan Samsat, serta kurangnya informasi yang dapat memberikan motivasi yang positif bagi masyarakat untuk ingat dalam membayar pajak.

3. Informasi yang bersifat berlebihan yang kurang bermanfaat serta kurang diminati masyarakat terus di ulas hal tersebut uang akan menjadi masalah dan hambatan karena pada dasarnya masyarakat ingin dilayani dengan baik secara dan menangkap informasi tentang pembayaran pajaknya.

Layanan publik memberikan hasil layanan yang membuat nyaman, aman masyarakat sebagai warga Negara Indonesia yang membayar kewajiban pajaknya. Karena masyarakat sudah mengabdikan pada Negara dengan membayar pajak, agar lebih sadar akan kewajibannya salah satu tugas birokrasi perpajakan yaitu terus berusaha menjaga layanan publik dengan baik dan maksimal (Haryatmoko, 2011 : 14).

Dapat dijelaskan bahwa segala bentuk pelayanan publik harus bersifat melayani seluruh kebutuhan masyarakat yang sesuai dengan fungsi, tujuan, dan tanggungjawabnya berdasarkan pengawasan demi kepentingan kolektif dari masyarakat itu sendiri

III. METODE PENELITIAN

Jenis dan pendekatan penelitian menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang berupaya memetakan teknik *single case analysis* pada upaya komunikasi Samsat Pajajaran dalam meningkatkan pembayaran pajak kendaraan (PKB).

Studi kasus adalah suatu inquiri empiris yang mengidentifikasi fenomena dalam konteks kehidupan nyata. Sebagaimana batas-batas antar fenomena dan konteks yang tak tampak dengan tegas, serta multi sumber bukti yang dimanfaatkan. Sebagai suatu inquiri studi kasus tidak harus dilakukan dalam waktu yang lama dan tidak pula harus tergantung pada data etnografi atau observasi partisipan (Yin, 2011: 18).

Penelitian tentang upaya komunikasi Samsat Pajajaran dalam meningkatkan pembayaran pajak kendaraan (PKB), penulis menggunakan desain *single case – single level analysis* (Satu kasus, satu unit analisis atau Tipe 1), di mana penulis hanya meneliti satu kasus dan satu unit analisis yang berupa wawancara dengan narasumber.

IV. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

A. Wawancara Mendalam

Menurut Imam Gunawan, (Gunawan, 2016; 45) “Wawancara mendalam adalah berlangsungnya suatu diskusi terarah di antara peneliti dan informan dengan menyangkut masalah yang akan diteliti”. Peneliti dalam pengambilan data melalui teknik wawancara mengambil beberapa informan beserta perihal yang akan digali guna

melengkapi data penyusunan skripsi, di antaranya: H. Lili Iskandar, S.Sos. M. Si Sebagai kepala Samsat Pajajaran, Heni Astuti sebagai Petugas pelayanan Samsat Bandung 1 Pajajaran, Ade Rokhmat Sebagai masyarakat yang membayar pajak PKB roda dua di *offline* (warung Samsat) program J'bret Sambara wilayah Samsat Pajajaran, Rizal Bani Adam Sebagai masyarakat yang membayar pajak PKB roda empat di *online* (buka lapak) program J'bret Sambara wilayah Samsat Pajajaran

B. *Obsevasi*

Observasi menurut Yin (2011: 114), observasi partisipan adalah bentuk observasi khusus yang mana peneliti tidak hanya menjadi pengamat, melainkan turut terlibat dalam situasi tertentu dan berpartisipasi pada peristiwa yang terlibat dalam penelitian. Dalam hal ini, penulis akan melakukan observasi seperti memperhatikan konteks upaya komunikasi Samsat Pajajaran dalam meningkatkan pembayaran pajak kendaraan (PKB).

C. *Studi kepustakaan*

Dalam studi kepustakaan penulis akan mencari dan mengumpulkan data dari sumber literer (*field literature*) yaitu sumber data yang digunakan untuk mencari landasan teori tentang permasalahan yang diteliti dengan menggunakan buku-buku perpustakaan, jurnal, *website*, serta informasi lain yang sesuai dengan apa yang dibahas dalam penelitian.

V. UJI KEABSAHAN DATA

Triangulasi sumber dimana konsep tersebut menggunakan narasumber. Adapun narasumber yang akan diwawancarai: Lilis Sulastri salah satu analis perpajakan serta salah satu dosen besar Manajemen bisnis di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

VI. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan penelitian ini secara judul membahas mengenai “upaya komunikasi Samsat Padjajaran dalam meningkatkan pembayaran pajak kendaraan”. Keberhasilan sebuah program Samsat J'bret Sambara tidak terlepas dari komunikasi. Komunikasi dalam interaksi sosial pada saat menginformasikan sebuah kebutuhan dan kewajiban diantara lembaga pemerintahan di sektor pajak seperti Samsat dan masyarakatnya, sebagai bentuk kesepakatan bersama demi menciptakan tujuan dari hukum yang sama serta aturan yang telah ditetapkan bersama.

A. *Upaya Samsat Pajajaran dalam Meningkatkan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB)*

Upaya Samsat Pajajaran dalam meningkatkan pembayaran pajak kendaraan bermotor (PKB) secara berkala menggunakan jejaring sosial seperti facebook, instagram, twitter, website Samsat, surat kabar seperti Pikiran Rakyat, Tribun Jabar, Republika, Media Indonesia, Radio, dan televisi lokal dan Nasional sebagai media

informasi tentang program inovasi Samsat J'bret Sambara untuk mempermudah pembayaran pajak PKB dan STNK melalui Samsat J'bret sistem *offline* yaitu: Samsat *outlet*, Samsat keliling, dan Kios Samsat. Pembayaran sistem online yaitu : Alfamart, Alfamidi, dan Indomaret, aplikasi *e-commercial* seperti Bukalapak, Tokopedia, Shopee, bisa dibayar melalui teller Bank BJB ataupun membayar melalui *payment point online Bank* atau di singkat menjadi (PPOB) pribadi.

B. *Kegiatan Komunikasi yang Dilakukan dalam Upaya Meningkatkan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB)*

Kegiatan komunikasi yang dilakukan dalam upaya meningkatkan pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) pertama melakukan sosialisasi program J'bret Sambara dengan konferensi pers, pihak Samsat juga telah mempromosikan program Samsat J'bret Sambara melalui media massa seperti cetak, media elektronik, dan media konvergensi (memposting di media jejaring sosial facebook, instagram, twitter dan website Samsat). Tidak hanya itu, samsat juga telah mengiklankan program J'bret Sambara di papan iklan jalan, menyebarkan informasi melalui pamphlet, riflet, banner di kantor Samsat.

C. *Hambatan dalam Upaya Komunikasi Samsat Pajajaran untuk Meningkatkan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB)*

Hambatan yang ditemui dalam upaya komunikasi Samsat Pajajaran untuk meningkatkan pembayaran pajak kendaraan bermotor (PKB) terjadi karena dua faktor. Pertama hambatan secara internal yang biasa dirasakan oleh masyarakat berupa kesenjangan teknis pelayanan wajib pajak, tidak hanya itu hambatan juga muncul karena pembayaran melalui Bank BJB yang rumit. Hambatan eksternal adanya kendala dalam identitas kepemilikan KTP dan SIM, banyaknya tunggakan pakak PKB dan STNK, serta kesadaran masyarakat membayar pajak, serta hambatan pada tahun ini berupa Covid-19 yang membuat kegiatan komunikasi Samsat dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat sempat terhenti pada bulan Maret hingga April 2020.

D. *Mengapa Memilih Inovasi J'bret Sambara, (Samlet, Samkel, Samkios, Samdong) untuk Meningkatkan Pembayaran Pajak Kendaraan*

Alasan memilih inovasi-inovasi J'bret Sambara, (Samlet, Samkel, Samkios, Samdong) untuk meningkatkan pembayaran pajak kendaraan pertama bertujuan untuk memudahkan sistem pembayaran pajak masyarakat melalui *offline* dan *online*. Selain itu, tujuan lain berupa menghindarkan masyarakat dari antrian pembayaran pajak secara konvensional, menghindarkan dari percalona pembayaran, serta bertujuan untuk lebih memotivasi masyarakat agar lebih taat dan lebih sadar membayar pajak tahunan

VII. KESIMPULAN

Simpulan ini bagian dari intisari temuan dan pembahasan penelitian yang telah di analisa pada bab IV, Lebih jelasnya bisa di lihat di bawah ini:

Upaya yang dilakukan Samsat Pajajaran dalam meningkatkan pembayaran pajak kendaraan bermotor (PKB) berupa, mengkomunikasikan program Samsat "Jeb'ret" melalui media. Media jejaring sosial seperti facebook, instagram, twitter, website Samsat. Juga melalui media cetak dan elektronik seperti surat kabar, dan radio, dan televisi lokal Jawa Barat dan Nasional.

Kegiatan komunikasi yang dilakukan dalam upaya meningkatkan pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) pertama mengkomunikasikan program melalui konferensi pers, pihak Samsat juga telah mempromosikan program Samsat J'bret Sambara melalui media massa seperti cetak, media elektronik, dan media konvergensi (memposting di media jejaring sosial facebook, instagram, twitter dan website Samsat). Samsat juga mengiklankan program J'bret Sambara di papan iklan jalan, menyebarkan informasi melalui *pamphlet*, *riflet*, *banner* di kantor Samsat.

Hambatan yang ditemui dalam upaya komunikasi Samsat Pajajaran untuk meningkatkan pembayaran pajak kendaraan bermotor (PKB) terjadi karena dua faktor internal dan eksternal berupa kesenjangan teknis pelayanan wajib pajak, tidak hanya itu hambatan juga muncul karena pembayaran melalui Bank BJB yang rumit dan adanya kendala dalam identitas kepemilikan KTP dan SIM, banyaknya tunggakan pakak PKB dan STNK, serta kesadaran masyarakat membayar pajak, serta hambatan pada tahun ini berupa Covid-19.

Alasan memilih inovasi-inovasi J'bret Sambara, (Samlet, Samkel, Samkios, Samdong) bertujuan untuk memudahkan sistem pembayaran pajak masyarakat melalui offline dan online

VIII. SARAN

A. Saran Teoritis

1. Berlandaskan hasil penelitian yang telah dibahas, saran penulis tentang upaya komunikasi Samsat Pajajaran dalam meningkatkan pembayaran pajak kendaraan. Harapan penulis untuk peneliti selanjutnya apabila membahas objek, subjek, ataupun metode yang sama. Alangkah baiknya terlebih dahulu harus memahami masalah pada konteks penelitiannya agar pada saat menganalisis temuan penelitiannya tidak bingung dalam merepresentasikan analisa subjektif penulis dengan teori atau konsep yang digunakannya. Selain itu, diharapkan untuk penelitian selanjutnya mempertimbangkan kembali pisau analisa yang akan digunakan sebagai metode analisisnya, karena penelitian mengenai upaya komunikasi bisa memakai metode apapun baik kualitatif maupun kuantitatif.
2. Apabila tertarik meneliti tentang upaya

komunikasi. Peneliti menyarankan untuk membedah penelitiannya menggunakan metode deskriptif karena bisa melibatkan banyak orang informan atau responden sehingga hasilnya banyak beraneka ragam sudut pandang dari persoalan manajemen komunikasi perusahaan yang ditelitinya, atau bisa juga menggunakan korelasional agar lebih mengetahui secara data responen mengenai pengaruh atau hubungan dari persoalan upaya komunikasi Samsat Pajajaran dalam meningkatkan pembayaran pajak kendaraan.

B. Saran Praktis

1. Hasil temuan dan pembahasan penelitian dapat menjadi evaluasi bagi Samsat Pajajaran sebagai pelaksana program Samsat "J'bret" Sambara.
2. Hasil temuan dan pembahasan penelitian ini, dapat menjadi rujukan dalam pelaksanaan program yang sedang dilakukan oleh Samsat Bandung 1 Pajajaran.
3. Hasil temuan dan pembahasan penelitian ini, dapat menjadi pemahaman atas kebutuhan informasi mengenai program yang dilakukan oleh Samsat Pajajaran khususnya Samsat Jebret Sambara (Samlet, Samkel, Samkios, Samdong).

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A Shofura, M Chatamallah, 2019 "Implementasi Pendekatan New-Corporate Relation dalam Membina Hubungan dengan Stakeholder" dalam Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat.
- [2] A Maryani, N Nurrahmawati, AM Ramdan, IA Nugraha, 2020 "nterpersonal Skill Communication of Social Workers to Improve Human Resources" dalam jurnal 2nd Social and Humaniora Research Symposium (SoRes 2019), 353-359
- [3] MS Drajat, 2008. Pelayanan Publik pada Sektor Komunikasi. Jurnal Mediator: Jurnal Komunikasi 9 (1), 63-76
- [4] Haryatmoko, 2011. Etika Publik untuk Integritas Pejabat Publik dan Politisi. Jakarta : Gramedia.
- [5] Tresna Wiwitan, 2018 "Pelayanan publik" dalam Pikiran Rakyat
- [6] Gunawan, Imam. 2016. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara.
- [7] Yin. K. Robert. 2011. Studi Kasus Desain dan Metode. Jakarta PT. Raja Grafindo Persada