

**HUBUNGAN ANTARA SOSIALISASI LAYANAN E-FILING PAJAK DENGAN
PENGETAHUAN WAJIB PAJAK
TERHADAP LAYANAN E FILING**

**(Studi Korelasional Hubungan Antara Sosialisasi Layanan E-Filing Pajak Pada Kantor
Pelayanan Pajak Pratama Purwakarta dengan Pengetahuan Wajib Pajak Peserta
Sosialisasi yaitu Guru dan Staff SMPN 2 Purwakarta Terhadap Layanan E-Filing)**

ARTIKEL ILMIAH

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung**

Oleh:

Tari Permata Sari

10080010040

Public Relations



Acc

28/10/14

[Signature]

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG
BANDUNG
2014**

**The Relationship Between Socialization Of Tax Filing Electronic Services
and Taxpayer Knowledge Of The Filing Electronic**

A Correlational Study Of Relationship Between Socialization of Tax Filing
Electronic Service at Purwakarta Tax Office and Taxpayer Knowledge Of staff
and Teacheer in SMPN 2 Purwakarta

RESEARCH ARTICEL

Entitled for completing the Bachelor Degree
of Communication Science

By:

Tari Permata Sari

10080010040

Public Relations Studies



**THE FACULTY OF COMMUNICATION SCIENCE
ISLAMIC UNIVERSITY OF BANDUNG**

2014

**HUBUNGAN ANTARA SOSIALISASI LAYANAN E-FILING PAJAK
DENGAN PENGETAHUAN WAJIB PAJAK
TERHADAP LAYANAN E FILING**

Tari Permata Sari¹ Oji Kurniadi²

Email: ¹dance_rich@yahoo.com, ²ziekurnia@yahoo.com

**^{1,2} Prodi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam
Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116**

Abstract. Purwakarta Tax Office is the government that serves public interest by the priority of excellent. Directorate general of tax ad done an innovation in taxation to provide services in delivering a notice to the taxpayer electronically. The Services was introduced by the Directorate General of taxes through socialization. Based on that, the author conducted a study an title “The Relationship Between Socialization of Tax Filing Electronic Service and Taxpayer Knowledge Of The Filing Electronic.” The research purpose is to know whether there is relationship between source credibility activities of socialization filing electronic service and the taxpayer knowledge of the filing electronic, and to know the relationship between message content of socialization filing electronic service and the taxpayer knowledge of the filing electronic. The research showad that there ware having relationship between the two aspects of the study.

Keywords: Relationship, filing electronic socialization, Taxpayer Knowledge

Abstrak. Kantor Pelayanan Pajak Pratama Purwakarta adalah Instansi yang melayani kepentingan publik dengan mengutamakan pelayanan prima. Direktorat Jendral pajak telah melakukan suatu inovasi dalam perpajakan dengan memberikan layanan dalam penyampaian surat pemberitahuan kepada wajib pajak dengan mudah. Layanan tersebut di dikenalkan Direktorat Jendral Pajak melalui Sosialisasi. Sehubungan dengan hal tersebut, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “*Hubungan antara sosialisasi layanan e-filing pajak dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan e-filing.*” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kredibilitas komunikator kegiatan sosialisasi layanan e-filing pajak dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan e-filing dan untuk mengetahui hubungan antara isi pesan sosialisasi layanan e-filing pajak dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan e-filing. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa terdapat hubungan antara kedua aspek yang di teliti tersebut.

Kata kunci : Hubungan, Sosialisasi E-Filing, Pengetahuan Wajib Pajak

A. PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2014 Kantor Pelayanan Pajak Pratama Purwakarta gencar melakukan sosialisai layanan *E-Filing*. *E-filing* adalah suatu sistem penyampaian SPT (Surat Pemberitahuan) secara elektronik yang dilakukan melalui sistem online dan real time. Dalam era globalisasi yang serba mudah dan cepat Dirjen Pajak membutuhkan paradigma baru dalam pengelolaan fiskal yang berguna untuk mendukung karakter *good govermance*, dan dukungan terhadap produk domestik bruto (PDB) dari sektor pajak. oleh karena itu untuk meningkatkan pendapatan perpajakan dan kepatuhan wajib pajak maka Dirjen pajak mengeluarkan program layanan baru dalam rangka mempermudah wajib pajak dalam menyampaikan surat pemberitahuan secara elektronik *filing*.

Layanan *e-filing* telah ada pada tahun 2011, namun layanan e-filing belum digunakan oleh wajib pajak karena tidak mengenal dan mengetahui tata cara penggunaan layanan tersebut. Menurut Beben Djubaedi selaku *Account Representative* pada kantor pelayanan pajak pratama Purwakarta mengatakan bahwa pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing system* ini masih rendah terbukti dengan masih banyaknya wajib pajak yang belum tahu tentang peraturan direktorat jendral pajak mengenai tata cara perpajakan terbaru, masih banyak wajib pajak orang pribadi yang rela mengantri mendaftarkan dan menyampaikan SPTnya lewat kantor pajak, dan kantor pos, padahal wajib pajak dapat mendaftarkan dan menyampaikan SPTnya melalui layanan *e-filing* pajak melalui situs resmi Dirjen Pajak www.pajak.go.id.

Sosialisasi *e-filing* diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada para wajib pajak bahwa penyampaian SPT tidak sulit seperti yang dibayangkan selama ini. Penerapan *e-filing* sebagai suatu langkah dalam modernisasi sistem perpajakan di Indonesia.

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang situasi yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut: “apakah terdapat hubungan antara sosialisasi layanan e-filing pajak dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan e-filing.” Pada dasarnya, perumusan masalah ini merupakan wujud dari sosialisasi yang efektif di lingkungan instansi yang hendak diteliti, yakni Kantor Pelayanan Pajak Pratama Purwakarta. Selanjutnya, pertanyaan besar dalam rumusan permasalahan ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara kredibilitas komunikator kegiatan sosialisasi layanan *e-filing* pajak dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing*?
2. Apakah terdapat hubungan antara isi pesan sosialisasi layanan *e-filing* pajak dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing*?

C. KAJIAN PUSTAKA

Penelitian ini bertitik tolak dari teori S-O-R (*stimulus organisme response*). Menurut Mar'at, dalam Ardianto (2011:134), Teori S-O-R ini menitikberatkan pada proses pengertian yang banyak menyangkut komponen kognisi. Prinsip pada teori S-O-R ini sebenarnya merupakan prinsip yang

sederhana, yaitu respon merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimuli. Seseorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan efek antara pesan-pesan dan reaksi audiens, dapat juga efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus respon, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Berdasarkan apa yang menjadi penelitian penulis, maka berdasarkan atas rumusan teori S-O-R dapat diuraikan sebagai berikut, bahwa yang menjadi stimulus dalam penelitian ini adalah sosialisasi layanan e-filing pajak, yang menjadi organisme adalah peserta sosialisasi e-filing pajak dan respon yang di dapat disini adalah perubahan pengetahuan peserta sosialisasi.

Menurut Wilbur Schramm (dalam Effendy, 2000: 41-45) menampilkan apa yang ia sebut "*the condition of success in communication.*" Faktor-faktor tersebut ialah:

1. Faktor pada komponen komunikator
2. Faktor pada komponen pesan.

Menurut Azwar (2011:72-73) mengatakan bahwa:

"Kredibilitas komunikator dilandasi oleh dua faktor penting, yaitu keahlian (kompetensi) dan keterpercayaan (*trustworthiness*). Apabila seseorang dimotivasi oleh keinginan mencari kebenaran atau pengetahuan, maka ia akan lebih mudah terbujuk atau tersugesti bila komunikatornya adalah seseorang yang ia anggap tahu (kompeten) mengenai hal yang ingin ia ketahui atau bila komunikatornya adalah orang yang dipercayainya (*trustworthy*)."

Pesan sosialisasi, menurut Tan (1981, 135-137) ada beberapa karakteristik pesan yang mendukung ke efektifan pesan, yaitu message structure, message

style, objective dan message appeals. Menurut Notoatmodjo (2003:121)

pengetahuan adalah

merupakan hasil dari “tahu” dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengetahuan umumnya datang dari pengindraan yang terjadi melalui panca indera manusia yaitu: indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan diperoleh melalui mata dan telinga.

Menurut Notoatmodjo (2003, 122-124) tingkat pengetahuan yang tercakup di dalam domain kognitif pada manusia mempunyai 6 tingkatan, yaitu:

1. Tahu (*know*)
Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang dipelajari sebelumnya.
2. Memahami (*comprehension*)
Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar.

D. METODE PENELITIAN DAN SASARAN PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai adalah korelasional, yang bertujuan untuk menguji variabel yang telah dihipotesiskan, ada hipotesis yang di uji kebenarannya. Dalam hal ini, yang di uji adalah hubungan antara kredibilitas komunikator dan isi pesan sosialisasi layanan e-filing dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan e-filing.

Guna memudahkan pengambilan data, maka populasi diambil dari wajib pajak atau peserta sosialisasi e-filing yaitu guru dan staff SMPN 2 Purwakarta yang berjumlah 40 orang. Teknik pengambilan data dilakukan dengan tiga cara yaitu, (1) menyebarkan kuesioner kepada peserta sosialisasi, (2) wawancara dengan pihak account representative pada kantor pelayanan pajak pratama

purwakarta. (3) studi pustaka yang berkaitan dengan masalah penelitian. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui hubungan antara sosialisasi layanan e-filing pajak dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan e-filing.

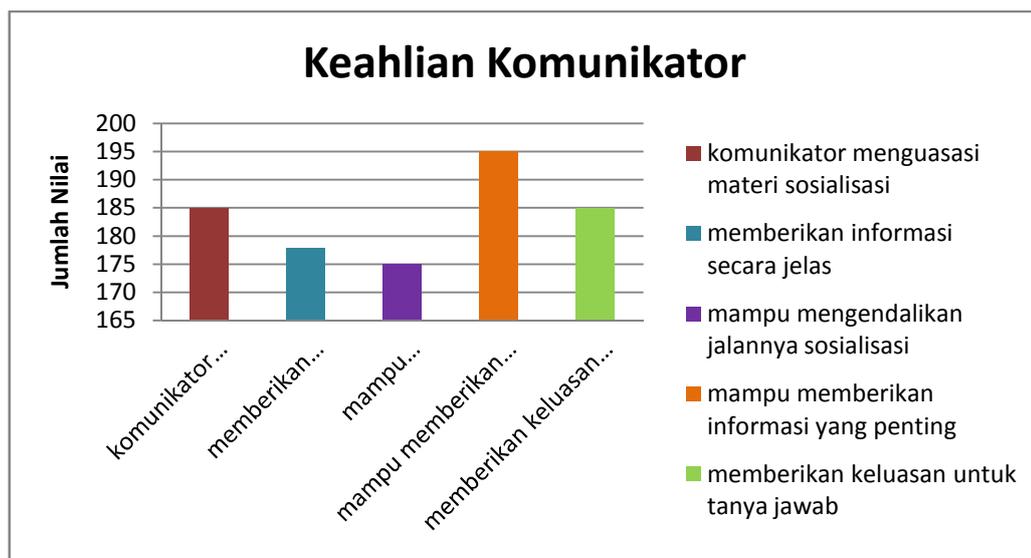
E. TEMUAN PENELITIAN

Temuan penelitian ini merupakan hasil dari nilai akumulasi setiap aspek disetiap pertanyaannya. Hasil yang tertera disesuaikan dengan setiap jumlah bobot pertanyaan, sehingga dapat ditarik kesimpulan dari 2 kriteria yang telah ditentukan. Berikut hasil perhitungan akumulasi dari setiap aspek.

1. Kredibilitas Komunikator

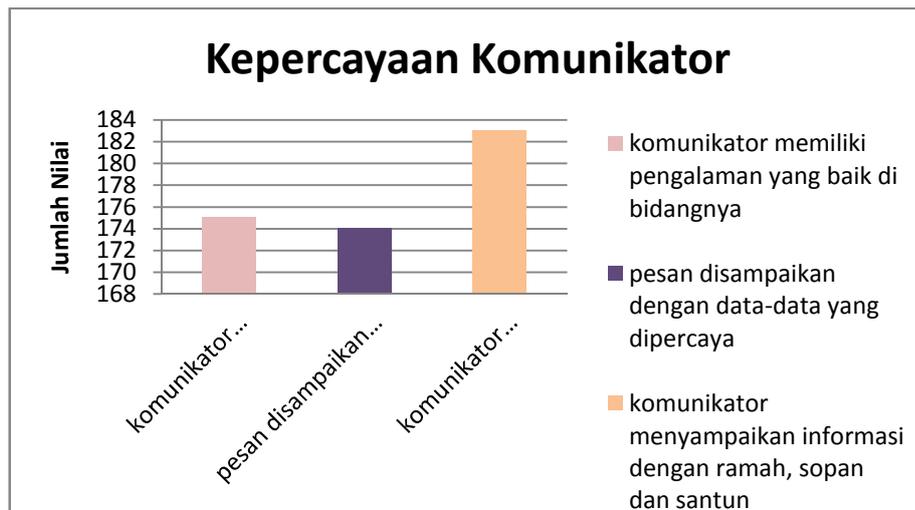
Kredibilitas komunikator diklasifikasikan menjadi dua bagian yaitu keahlian dan kepercayaan komunikator kegiatan sosialisai.

Diagram 1. Hasil Akumulasi Aspek Keahlian



Dari kelima kategori, keahlian komunikator mampu memberikan informasi yang penting mengenai layanan e-filing kepada komunikan memiliki nilai yang lebih besar daripada yang lain yaitu sebesar 195. Kategori komunikator menguasai materi memiliki nilai 185. Komunikator memberikan informasi secara jelas memiliki nilai 178. Komunikator mampu mengendalikan jalannya sosialisasi memiliki nilai 175. Komunikator memberikan keleluasaan untuk melakukan tanya jawab memiliki nilai 185 sama dengan kategori komunikator menguasai materi sosialisasi. Untuk data keahlian komunikator “memberikan informasi yang penting” setelah dihitung secara keseluruhan maka hasilnya termasuk kedalam kriteria yang cukup tinggi. Terlihat dari penilaian komunikan yang mengakui bahwa komunikator dapat memberikan informasi yang sangat penting dalam kegiatan sosialisasi.

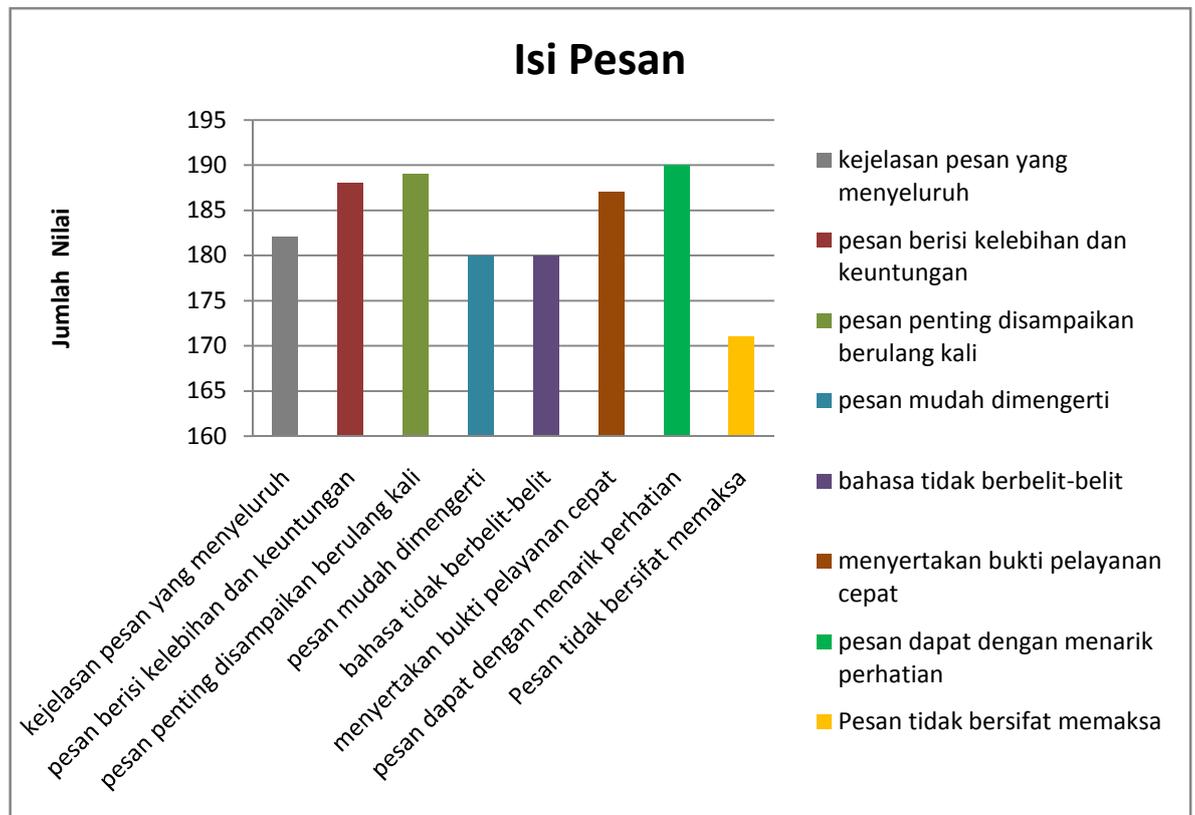
Diagram 2. Hasil Akumulasi Aspek Kepercayaan



Dari ketiga kategori diatas, dalam penyampaian informasi dengan ramah, sopan dan santun memiliki nilai yang sangat tinggi daripada kategori lain yaitu sebesar 183. Kategori komunikator memiliki pengalaman yang baik dibidangnya mendapatkan nilai sebesar 175. Komunikator menyampaikan pesan dengan data-data yang dapat dipercaya mendapat nilai sebesar 174. Kesopan santunan komunikator diakui dan disukai peserta sosialisasi. Kepercayaan komunikator menentukan keberhasilan sosialisasi.

2. Isi Pesan

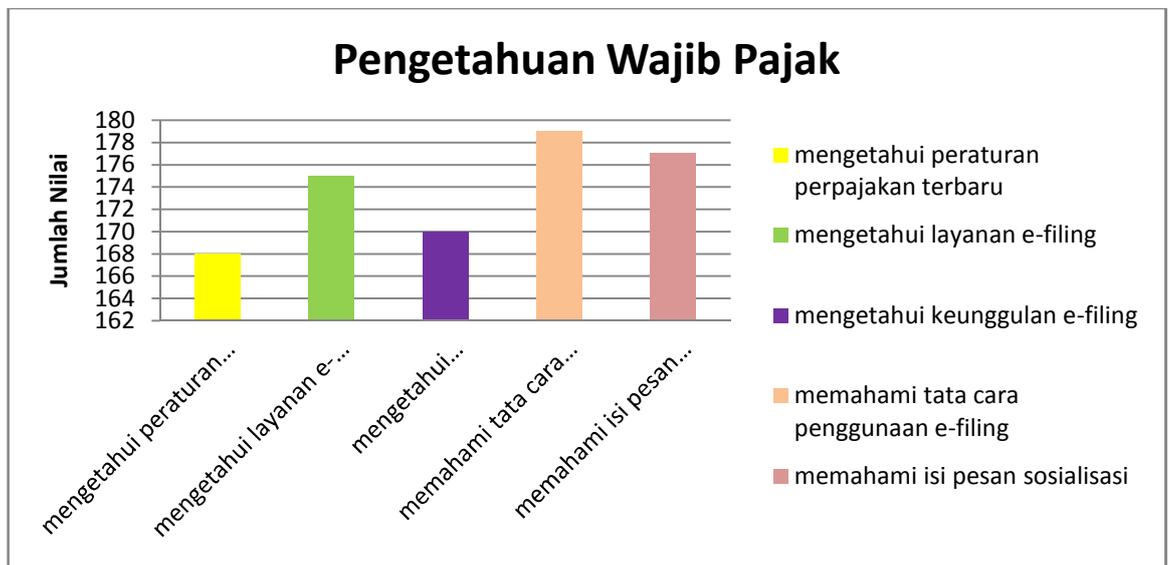
Diagram 3. Hasil Akumulasi Isi Pesan Sosialisasi



Dari kedelapan kategori, diperoleh nilai yang sangat signifikan. Semua kategori isi pesan memiliki nilai yang cukup tinggi. Kecuali satu kategori pesan yang memiliki nilai 171 yaitu pesan yang disampaikan komunikator tidak bersifat memaksa. Pada kategori komunikator menyampaikan pesan dengan jelas dan menyeluruh mendapat nilai 182. Pesan sosialisasi berisi keuntungan dan kelebihan menggunakan layanan e-filing mendapat nilai 187. Pesan yang dianggap penting disampaikan berulang kali oleh komunikator memperoleh nilai 189. Pesan mudah dimengerti peserta sosialisasi dan pesan disampaikan dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti tanpa berbelit-belit memperoleh nilai yang sama yaitu 180. Pesan sosialisasi disertakan dengan bukti pelayanan cepat menggunakan layanan e-filing memperoleh nilai 187. Pesan sosialisasi dapat menarik perhatian wajib pajak memperoleh nilai 190.

3. Pengetahuan

Diagram 4. Hasil Akumulasi Pengetahuan Wajib Pajak



Pemahaman tata cara penggunaan layanan e-filing oleh wajib pajak memiliki jumlah nilai yang sangat besar diantara kategori yang lain yaitu dengan nilai 179. Wajib pajak mengetahui tata cara perpajakan terbaru sesuai peraturan direktorat jendral pajak mendapat nilai 168. Wajib pajak mengetahui layanan e-filing mendapat nilai 175. Wajib pajak mengetahui keunggulan layanan e-filing memiliki nilai 170. Wajib pajak memahami isi pesan sosialisasi memiliki nilai 177. Secara keseluruhan dapat dilihat pengetahuan wajib pajak terhadap sosialisasi layanan e-filing memberikan pengaruh yang sangat signifikan.

F. DISKUSI

Temuan - temuan penelitian memperlihatkan bahwa kegiatan sosialisasi layanan e-filing pajak pada kantor pelayanan pajak pratama Purwakarta, kredibilitas komunikator dinilai dari keahlian dan kepercayaannya ia menyampaikan informasi kepada komunikan. Keahlian dan kepercayaan komunikator dalam menyampaikan pesan dinilai cukup tinggi oleh komunikan. Menurut Azwar (2011:72-73) mengatakan bahwa:

Kredibilitas komunikator dilandasi oleh dua faktor penting, yaitu keahlian (kompetensi) dan keterpercayaan (*trustworthiness*). Apabila seseorang dimotivasi oleh keinginan mencari kebenaran atau pengetahuan, maka ia akan lebih mudah terbujuk atau tersugesti bila komunikatornya adalah seseorang yang ia anggap tahu (kompeten) mengenai hal yang ingin ia ketahui atau bila komunikatornya adalah orang yang dipercayainya (*trustworthy*).”

Ditinjau dari isi pesan menunjukkan hasil yang baik, terlihat dari informasi atau pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat dengan mudah diterima oleh komunikan. Menurut Tan (1981, 135-137) ada beberapa karakteristik pesan

yang mendukung ke efektifan pesan, yaitu struktur pesan, gaya pesan, dan daya tarik pesan.

Ditinjau dari pengetahuan wajib pajak terhadap layanan e-filing memiliki nilai yang signifikan dan terjadinya perubahan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing*. Dalam penelitian ini pengetahuan yang diukur adalah tingkatan tahu dan memahami. Menurut Notoatmodjo (2003:122) tingkat pengetahuan yang tercakup di dalam domain kognitif: (1) Tahu (*know*), tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang dipelajari sebelumnya, termasuk dalam pengetahuan tingkat ini adalah mengingat kembali (*recall*) terhadap suatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang diterima. (2) Memahami (*comprehension*), memahami diartikan sebagai suatu kemampuan menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar.

Dari keseluruhan aspek yang diteliti, hal ini mengindikasikan berlakunya teori S-O-R (*Stimulus organisme response*), yang isinya terdapat 3 kategori yaitu (1) stimulus atau pesan, (organisme) atau penerima, dan (3) respon atau efek. Stimulus dalam penelitian ini adalah sosialisasi layanan e-filing, yang menjadi organisme adalah peserta sosialisasi layanan e-filing, dan efek dari stimulus tersebut adalah perubahan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing*. Respon merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimuli. Seseorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan efek antara pesan-pesan dan reaksi audiens, dapat juga efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus respon.

KESIMPULAN

1. Terdapat hubungan antara kredibilitas komunikator kegiatan sosialisasi layanan *e-filing* pajak dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing*.

Arah hubungan yang terjadi antara bobot komunikator dengan pengetahuan wajib pajak adalah positif, yaitu semakin baik kredibilitas komunikator kegiatan sosialisasi layanan *e-filing* pajak maka semakin erat hubungannya dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing*.

2. Terdapat hubungan antara isi pesan sosialisasi layanan *e-filing* pajak dengan pengetahuan wajib pajak terhadap layanan *e-filing*.

Arah hubungan yang terjadi antara bobot isi pesan sosialisasi layanan *e-filing* pajak dengan pengetahuan wajib pajak adalah positif, yaitu semakin baik pesan yang terorganisasi oleh komunikator maka semakin erat hubungannya dengan pengetahuan wajib pajak terhadap sosialisasi layanan *e-filing*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metode Penelitian untuk Public relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azwar, Syaifuddin. 2011. *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*. Edisi ke 2. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Tan, Alexis. 1981. *Mass Communication Theories and Reseacrh*. Columbus, Ohio: Grid Publishing, Inc.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.