



**ANALISIS SOSIALISASI TAX AMNESTY
TERHADAP PERSEPSI DAN MINAT
PENGUSAHA MENGIKUTI PROGRAM TAX
AMNESTY**

(STUDI PADA PENGUSAHA DI KOTA MALANG)

SKRIPSI

Untuk memenuhi tugas akhir pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas
Brawijaya

DEANDRA DELA SUVITRY

13503040111121



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN
MALANG**

2017

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Sosialisasi *Tax Amnesty* Terhadap Persepsi Dan
Minat Pengusaha Mengikuti Program *Tax Amnesty* (Studi
Pada Pengusaha Di Kota Malang)

Disusun oleh : Deandra Dela Suvitry

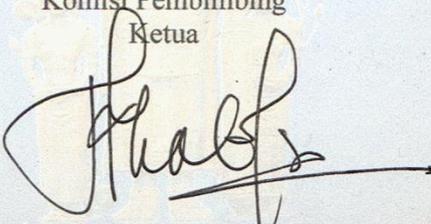
NIM : 135030401111121

Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Administrasi Perpajakan

Malang, 31 Mei 2017

Komisi Pembimbing
Ketua


M. Kholid Mawardi, S.Sos., Ph.D
NIP. 197512202005011002

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

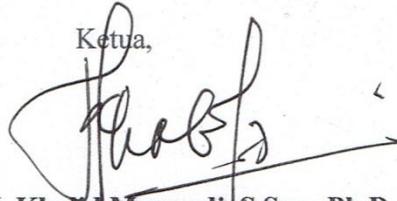
Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu
Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Senin
Tanggal : 15 Mei 2017
Jam : 11.00
Skripsi atas nama : Deandra Dela Suvitry
Judul : Analisis Sosialisasi Tax Amnesty Terhadap Persepsi Dan
Minat Pengusaha Mengikuti Program Tax Amnesty
(Studi Pada Pengusaha Di Kota Malang)
dan dinyatakan

LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua,



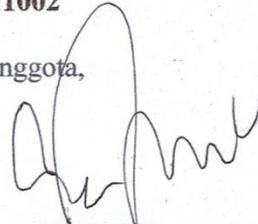
M. Kholid Mawardi, S.Sos., Ph.D
NIP. 197512202005011002

Anggota,



Kusdi Rahardjo, Dr, DEA
NIP. 195701271984031001

Anggota,



Astri Warih Anjarwi, SE., MSA., Ak
NIK. 2013048 703162001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, April 2017

Mahasiswa



Nama :Deandra Dela Suvitry

NIM :13503040111121



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Deandra Dela Suvitry

Nomor Induk Mahasiswa : 135030401111121

Tempat dan tanggal lahir : Jakarta, 6 Maret 1995

Agama : Islam

Alamat : Perumahan Griya Shanta Eksekutif Blok.M 526
Malang

Pendidikan :

- SDIT Miftahul Ulum Tamat tahun 2007

- SMPN 37 Jakarta selatan Tamat tahun 2010

- SMAN 66 Jakarta Selatan Tamat tahun 2013

Pengalaman Organisasi

- Staff Informasi dan Komunikasi Himpunan
Mahasiswa Perpajakan (HIMAPAJAK) Fakultas
Ilmu Administrasi 2015-2016

- Staff Acara Olimpiade Perpajakan 2015

- Ketua Pelaksana Open House Maba Perpajakan
2015

- Staff Acara Study Excursion Himapajak 2015

- Staff Acara Tax Futsal Cup 2015

- Staff Acara Sosialisasi Jurusan Perpajakan (Tax
Center) 2015

- Reporter Pajak untuk Majalah Himpajak 2015





KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan untuk Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis sosialisasi tax amnesty terhadap persepsi dan minat pengusaha mengikuti program tax amnesty” (Studi pada pengusaha di Kota Malang)

Skripsi ini adalah salah satu syarat yang harus ditempuh oleh mahasiswa untuk menyelesaikan program sarjana (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Perpajakan (S.Pn.) pada program studi Perpajakan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Selama proses penulisan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu peneliti ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, M.S, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Ibu Prof. Dr. Dra. Endang Siti Astuti, M.Si. Selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Bapak Dr. Kadarisman Hidayat, Msi selaku Ketua Program Studi Perpajakan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Yuniadi Mayowan, S.Sos., MAB selaku Sekretaris Program Studi Perpajakan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
5. M.Kholid Mawardi S.Sos., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan waktu dan ilmunya untuk membimbing peneliti dengan kesabarannya selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Pegawai di Kanwil Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III yang telah memberikan waktu untuk di wawancarai dan data-data yang terkait dengan penelitian peneliti dan segala bantuannya.
7. Pengusaha di Kota Malang yang telah meluangkan waktunya untuk di wawancara oleh peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.



8. Bapak dan Ibu dosen dan staff karyawan Fakultas Ilmu Administrasi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
9. Bapak Maktub dan Ibu Dewi selaku Orang tua peneliti yang telah memberikan dukungan serta doa yang dijadikan tujuan utama agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Andrea Pratama, Aflah, Naura, Balkis dan Aliya selaku saudara kandung yang telah membantu dan memberi dukungan serta doanya.
10. Aya, Sarah, Machda, Vadilla dan Meidya selaku teman-teman perantauan dan serumah yang memberikan semangat, bantuan dan dukungannya kepada peneliti.
11. Sheryl, Anisa ica, Adit, Ghoniya, Hany, Ezra dan teman-teman kelas F selaku teman-teman peneliti yang selalu memberi semangat dan dukungan.
12. Seluruh teman-teman Program Studi Perpajakan angkatan 2013 yang turut membantu dan memberikan semangat.
13. Dan kepada semua pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu dimana juga telah membantu peneliti.

Sebagai manusia yang tidak luput dari kesalahan, peneliti memohon maaf apabila terdapat kesalahan atau kekurangan pada proposal skripsi ini baik dalam penyajian materi maupun dalam penyusunannya. Segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat berguna demi kesempurnaan peneliti dan skripsi ini. Akhir kata dari peneliti, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 15 April 2017

Peneliti



ANALISIS SOSIALISASI TAX AMNESTY TERHADAP PERSEPSI DAN MINAT PENGUSAHA MENGIKUTI PROGRAM TAX AMNESTY

(Studi pada Pengusaha Di Kota Malang)

Deandra Dela Suvitry

M. Kholid Mawardi

Program Studi Perpajakan, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu
Administrasi Universitas Brawijaya, Deladeandra@gmail.com

ABSTRACT

Research on socialization of *Tax Amnesty* to perceptions and interests of Entrepreneurs in Malang City aims to determine the role of Public Relations Directorate General of Tax Office East Java Region III in the implementation of *Tax Amnesty* socialization. In addition to know the perceptions and interests of entrepreneurs in the city of Malang against Tax Amnesty Type of research which used by researcher in this study is descriptive research with qualitative approach. The result of this research is Public Relations Directorate General of Taxes Regional Office of East Java III has been running its role as a media for disseminating *Tax Amnesty*. Entrepreneurs as the target of socialization have understood the intent of the tax amnesty and some entrepreneurs who are interested have followed the Tax Amnesty.

Keywords: Socialization, Tax Amnesty, Entrepreneur

ABSTRAK

Penelitian tentang sosialisasi *Tax Amnesty* terhadap persepsi dan minat Pengusaha di Kota Malang bertujuan untuk mengetahui peran Humas Direktorat Jendral Pajak Kantor Wilayah Jawa Timur III dalam pelaksanaan sosialisasi Tax Amnesty. Selain itu untuk mengetahui persepsi dan minat pengusaha di Kota Malang terhadap *Tax Amnesty*. Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan metodologi kualitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu Humas Direktorat Jendral Pajak Kantor Wilayah Jawa Timur III telah menjalankan perannya sebagai media untuk mensosialisasikan Tax Amnesty. Pengusaha sebagai sasaran sosialisasi telah memahami maksud dari tax amnesty dan beberapa pengusaha yang berminat telah mengikuti Tax Amnesty.

Kata Kunci: Sosialisasi, Tax Amnesty, Pengusaha



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan untuk Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis sosialisasi tax amnesty terhadap persepsi dan minat pengusaha mengikuti program tax amnesty” (Studi pada pengusaha di Kota Malang)

Skripsi ini adalah salah satu syarat yang harus ditempuh oleh mahasiswa untuk menyelesaikan program sarjana (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Perpajakan (S.Pn.) pada program studi Perpajakan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Selama proses penulisan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu peneliti ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada :

14. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, M.S, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
15. Ibu Prof. Dr. Dra. Endang Siti Astuti, M.Si. Selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
16. Bapak Dr. Kadarisman Hidayat, Msi selaku Ketua Program Studi Perpajakan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
17. Yuniadi Mayowan, S.Sos., MAB selaku Sekretaris Program Studi Perpajakan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
18. M.Kholid Mawardi S.Sos., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan waktu dan ilmunya untuk membimbing peneliti dengan kesabarannya selama proses penyusunan skripsi ini.
19. Pegawai di Kanwil Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III yang telah memberikan waktu untuk di wawancarai dan data-data yang terkait dengan penelitian peneliti dan segala bantuannya.
20. Pengusaha di Kota Malang yang telah meluangkan waktunya untuk di wawancara oleh peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.



21. Bapak dan Ibu dosen dan staff karyawan Fakultas Ilmu Administrasi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.

22. Bapak Maktub dan Ibu Dewi selaku Orang tua peneliti yang telah memberikan dukungan serta doa yang dijadikan tujuan utama agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Andrea Pratama, Aflah, Naura, Balkis dan Aliya selaku saudara kandung yang telah membantu dan memberi dukungan serta doanya.

23. Aya, Sarah, Machda, Vadilla dan Meidya selaku teman-teman perantauan dan serumah yang memberikan semangat, bantuan dan dukungannya kepada peneliti.

24. Sheryl, Anisa ica, Adit, Ghoniya, Hany, Ezra dan teman-teman kelas F selaku teman-teman peneliti yang selalu memberi semangat dan dukungan.

25. Seluruh teman-teman Program Studi Perpajakan angkatan 2013 yang turut membantu dan memberikan semangat.

26. Dan kepada semua pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu dimana juga telah membantu peneliti.

Sebagai manusia yang tidak luput dari kesalahan, peneliti memohon maaf apabila terdapat kesalahan atau kekurangan pada proposal skripsi ini baik dalam penyajian materi maupun dalam penyusunannya. Segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat berguna demi kesempurnaan peneliti dan skripsi ini. Akhir kata dari peneliti, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 15 April 2017

Peneliti



DAFTAR ISI

Halaman
**ANALISIS SOSIALISASI *TAX AMNESTY* TERHADAP PERSEPSI DAN
MINAT PENGUSAHA MENGIKUTI PROGRAM *TAX AMNESTY*..... 1**

MOTTO.....ii

PERSETUJUAN SKRIPSI.....iii

PENGESAHAN SKRIPSI.....iv

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....v

RINGKASAN.....vi

SUMMARY.....vii

KATA PENGANTAR.....viii

DAFTAR ISI..... 11

DAFTAR TABEL..... 14

DAFTAR GAMBAR..... 15

DAFTAR LAMPIRAN..... **Error! Bookmark not defined.**

Bab I PENDAHULUAN..... **Error! Bookmark not defined.**

A. Latar Belakang..... **Error! Bookmark not defined.**

B. Perumusan Masalah..... **Error! Bookmark not defined.**

C. Tujuan Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

D. Kontribusi Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

E. Sistematika Penulisan..... **Error! Bookmark not defined.**

Bab II TINJAUAN PUSTAKA..... **Error! Bookmark not defined.**

A. Teori Perpajakan..... **Error! Bookmark not defined.**

1. Pengertian Pajak..... **Error! Bookmark not defined.**

2. Fungsi Pajak..... **Error! Bookmark not defined.**

3. Sistem Pemungutan pajak..... **Error! Bookmark not defined.**

4. Jenis – Jenis Pajak..... **Error! Bookmark not defined.**

B. Kebijakan Perpajakan..... **Error! Bookmark not defined.**

C. Pengampunan Pajak (*Tax Amnesty*)..... **Error! Bookmark not defined.**

1. Pengertian *Tax Amnesty*..... **Error! Bookmark not defined.**

2. Jenis *Tax Amnesty*..... **Error! Bookmark not defined.**



| | | |
|---------|---|-------------------------------------|
| 3. | Kriteria <i>Tax Amnesty</i> | Error! Bookmark not defined. |
| 4. | <i>Tax Amnesty</i> di Indonesia | Error! Bookmark not defined. |
| D. | Teori Sosialisasi | Error! Bookmark not defined. |
| 1. | Pengertian Sosialisasi | Error! Bookmark not defined. |
| 2. | Jenis-Jenis Sosialisasi | Error! Bookmark not defined. |
| 3. | Agen Sosialisasi | Error! Bookmark not defined. |
| 4. | Tipe Sosialisasi | Error! Bookmark not defined. |
| 5. | Teori Komunikasi dalam Sosiologi | Error! Bookmark not defined. |
| E. | Teori Persepsi | Error! Bookmark not defined. |
| 1. | Pengertian Persepsi | Error! Bookmark not defined. |
| 2. | Faktor yang Memengaruhi Persepsi | Error! Bookmark not defined. |
| 3. | Proses Persepsi | Error! Bookmark not defined. |
| F. | Teori Minat | Error! Bookmark not defined. |
| 1. | Pengertian Minat | Error! Bookmark not defined. |
| 2. | Faktor Timbulnya Minat | Error! Bookmark not defined. |
| 3. | Aspek Minat | Error! Bookmark not defined. |
| G. | Kerangka Pemikiran | Error! Bookmark not defined. |
| Bab III | METODE PENELITIAN | Error! Bookmark not defined. |
| A. | Jenis Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| B. | Fokus Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| C. | Lokasi dan Situs Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| D. | Sumber Data | Error! Bookmark not defined. |
| E. | Teknik Pengumpulan Data | Error! Bookmark not defined. |
| F. | Instrumen Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| G. | Analisis Data | Error! Bookmark not defined. |
| Bab IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 50 |
| A. | Konteks Penelitian | 50 |
| B. | <i>Tax Amnesty</i> Di Kantor Wilayah Djp Jawa Timur III | 56 |
| C. | Sosialisasi <i>Tax Amnesty</i> di Kantor Wilayah DJP Jawa Timur III | 60 |
| D. | Persepsi Pengusaha terhadap Program <i>Tax Amensty</i> | 71 |
| E. | Minat Pengusaha Terhadap Program <i>Tax amnesty</i> | 78 |



| | |
|--|------------------------------|
| Bab V PENUTUP | Error! Bookmark not defined. |
| A. Kesimpulan | Error! Bookmark not defined. |
| B. Saran | Error! Bookmark not defined. |
| DAFTAR PUSTAKA | Error! Bookmark not defined. |
| LAMPIRAN A PEDOMAN WAWANCARA | Error! Bookmark not defined. |
| A. Wawancara Pengusaha di Kota Malang | Error! Bookmark not defined. |
| B. Wawancara untuk Humas Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Jawa Timur III | Error! Bookmark not defined. |
| C. Lampiran Surat Izin Riset dan Penelitian | 97 |
| D. Lampiran Surat Permohonan Riset dan Penelitian ke Kanwil Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III | 98 |
| E. Lampiran Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016 tentang Pengampunan Pajak | 99 |
| F. Lampiran Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan | 100 |
| G. Lampiran Peraturan Menteri Keuangan Nomor Nomor 118/PMK.03/2016 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Pengampunan Pajak | 101 |



DAFTAR GAMBAR

| No | Judul | Halaman |
|----|---|-------------------------------------|
| 1. | Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2. | Gambar 3.1 Metode Interaksi | Error! Bookmark not defined. |
| 3. | Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kanwil DJP Jawa Timur III..... | 54 |



LAMPIRAN A

A. Wawancara Pengusaha di Kota Malang.

1. Bidang usaha apa yang bapak/ibu jalankan?
2. Sudah berapa lama bapak/ibu memiliki usaha tersebut?
3. Apakah bapak/ibu memiliki usaha dikota lain juga?
4. Darimana bapak/ibu mendapatkan informasi tentang *tax amnesty* atau pengampunan pajak?
5. Apakah bapak/ibu mengikuti program *tax amnesty*? (jelaskan)
6. Darimana bapak/ibu bisa memahami *tax amnesty*?
7. Apakah bapak/ibu berminat mengikuti *tax amnesty*? (dari sosialisasi *tax amnesty*)
8. Apakah bapak/ibu mendapatkan sosialisasi secara khusus?
9. Apakah bapak/ibu merasa terbantu dengan adanya program *tax amnesty*?
10. Apakah bapak/ibu merasa sulit memahami regulasi *tax amnesty*?
11. Bagaimana pandangan bapak/ibu tentang *tax amnesty* terhadap pengusaha?
12. Apakah ada dampak dari pelaksanaan sosialisasi *tax amnesty* yang ada kepada bapak/ibu?
13. Jika anda mengikuti *tax amnesty* apa kesulitan yang dialami?
14. Bagaimana pelayanan dari petugas pajak terhadap bapak/ibu?
15. Adakah saran dari bapak/ibu untuk pemerintah terkait Kebijakan Pajak untuk kedepannya?



B. Wawancara untuk Humas Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Jawa Timur III

1. Bagaimana awal mula menginformasikan/mempromosikan program *tax amnesty* kepada Pengusaha di Kota Malang?
2. Bagaimana caranya menginformasikan tentang adanya program *tax amnesty* ini ?
3. Mulai sejak kapan sosialisasi *tax amnesty* efektif dilakukan ?
4. Apakah ada pendataan target pengusaha yang mengikuti *tax amnesty* di Kota Malang?
5. Bagaimana caranya petugas mensosialisasikan program *tax amnesty*?
6. Dalam bentuk apa saja sosialisasi *tax amnesty* yang telah dilakukan?
7. Apakah DJP Kanwil Jatim III melakukan kerjasama dengan pihak non pemerintahan untuk mensosialisasikan program *tax amnesty* ?
8. Apakah ada pembicara khusus untuk memberi pengetahuan program *tax amnesty* kepada wajib pajak di Kota Malang khususnya pengusaha
9. Bagaimana antusiasme dan minat dari Wajib pajak di kota Malang khususnya pengusaha terhadap program *tax amnesty*?
10. Apa saja hambatan yang ada dalam pelaksanaan sosialisasi program *tax amnesty*?



C. Lampiran Surat Permohonan Izin Riset



KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

Jl. MT. Haryono 163, Malang 65145, Indonesia

Telp. : +62-341-553737, 568914, 558226 Fax : +62-341-558227

http://fia.ub.ac.id

E-mail: fia@ub.ac.id

Nomor : 1011 /UN10.3/PG/2017

Lampiran :-

Hal : Riset/Survey

Kepada : Yth. Kepala Kanwil DJP Jawa Timur III
 Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III
 Jl. Letjen S. Parman No.100
 Malang

Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang mohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan kesempatan melakukan riset/survey bagi mahasiswa :

Nama : Deandra Dela Suvitry

Alamat : Griya Shanta Eksekutif Blok. M 526, Kec. Lowokwaru
 Kota Malang.

NIM : 135030401111121

Jurusan : Administrasi Bisnis

Prodi : Perpajakan

Tema : Analisis Sosialisasi *Tax Amnesty* terhadap keinginan pengusaha mengikuti program *Tax Amnesty*

Lamanya : 1 (satu) bulan

Peserta : 1 (satu) orang.

Demikian atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Malang, 23 Januari 2017

Dekan
 Ketua Program Studi Perpajakan



Dr. Kadarisman Hidayat, M.Si
 NIP. 19600515 198601 1 002

Formulir dibuat rangkap 4 untuk :

1. Perusahaan
2. Mahasiswa
3. Program Studi
4. Arsip TU

D. Lampiran Surat Permohonan Riset dan Penelitian ke Kanwil Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III



**KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK
KANTOR WILAYAH DJP JAWA TIMUR III**

JALAN LETJEN S. PARMAN No 100MALANGKODE POS 65122
TELEPON(0341) 403333 , 403461-62; FAKSIMILE(0341) 403463; SITUS www.pajak.go.id
LAYANAN INFORMASI DAN PENGADUAN KRING PAJAK 1500200
E-MAIL pengaduan@pajak.go.id, informasi@pajak.go.id

Nomor : S - 330 /WPJ.12/2017 31 Januari 2017
Sifat : Segera
Lampiran : -
Hal : Pemberian Izin Riset
a.n. Deandra Dela Suvitry, NPM 135030401111121

Yth. Ketua Program Studi Perpajakan
Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya
Jl. MT. Haryono 163, Malang

Sehubungan dengan surat Saudara Nomor 1011/UN10.3/PG/2017 tanggal 23 Januari 2017 tentang Riset/Survey, atas :

Nama / NPM : Deandra Dela Suvitry / 135030401111121

dengan ini Kantor Wilayah DJP Jawa Timur III memberikan izin kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk penelitian dan/atau riset pada Bidang Penyuluhan, Pelayanan dan Hubungan Masyarakat, sepanjang bahan-bahan keterangan/data yang didapat digunakan untuk keperluan akademis yang tidak untuk dipublikasikan dan tidak menyangkut rahasia jabatan/Negara sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 34 Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tatacara Perpajakan.

Setelah selesai melaksanakan riset/penelitiannya, mahasiswa yang bersangkutan agar dapat memberikan satu *softcopy* hasil riset/penelitian tersebut untuk menjadi masukan bagi kami. *Softcopy* dimaksud dapat dikirim melalui email ke alamat sebagai berikut: perpustakaan@pajak.go.id.

Demikian agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kepala Kantor,



Rudy Gunawan Bastari
NIP 196503201992031001

Tembusan :
Mahasiswa yang bersangkutan.

Kp.:BD.05/BD.0502



E. Lampiran Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016 tentang Pengampunan Pajak



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

• 2 •

Dengan Persetujuan Bersama
DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA
dan
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

MEMUTUSKAN:

Menetapkan: **UNDANG-UNDANG TENTANG PENGAMPUNAN PAJAK.**

**BAB I
KETENTUAN UMUM**

Pasal 1

Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan:

1. Pengampunan Pajak adalah penghapusan pajak yang seharusnya terutang, tidak dikenai sanksi administrasi perpajakan dan sanksi pidana di bidang perpajakan, dengan cara mengungkap Harta dan membayar Uang Tebusan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan.
3. Harta adalah akumulasi tambahan kemampuan ekonomis berupa seluruh kekayaan, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik yang digunakan untuk usaha maupun bukan untuk usaha, yang berada di dalam dan/atau di luar wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.
4. Utang adalah jumlah pokok utang yang belum dibayar yang berkaitan langsung dengan perolehan Harta.
5. Tahun Pajak adalah jangka waktu 1 (satu) tahun kalender, kecuali jika Wajib Pajak menggunakan tahun buku yang tidak sama dengan tahun kalender.

6. Tunggalan . . .



F. Lampiran Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan



PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

SUSUNAN DALAM SATU NASKAH

DARI

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 6 TAHUN 1983

TENTANG

**KETENTUAN UMUM DAN TATA CARA PERPAJAKAN SEBAGAIMANA
TELAH BEBERAPA KALI DIUBAH TERAKHIR DENGAN UNDANG-
UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 16 TAHUN 2009**

BERIKUT PENJELASANNYA

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan:

1. 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. ***)
2. Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. ***)
3. Badan adalah sekumpulan orang dan/atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, badan usaha milik negara atau badan usaha milik daerah dengan nama dan dalam bentuk apa pun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, atau organisasi lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap. ***)
4. Pengusaha adalah orang pribadi atau badan dalam bentuk apa pun yang dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya menghasilkan barang, mengimpor barang, mengekspor barang, melakukan usaha perdagangan, memanfaatkan barang tidak berwujud dari luar daerah pabean, melakukan usaha jasa, atau memanfaatkan jasa dari luar daerah pabean. ***)

*) : Perubahan Pertama (UU Nomor 9 Tahun 1994)
 **) : Perubahan Kedua (UU Nomor 16 Tahun 2000)
 ***) : Perubahan Ketiga (UU Nomor 28 Tahun 2007)
 ****) : Perubahan Keempat (UU Nomor 16 Tahun 2009)



**G. Lampiran Peraturan Menteri Keuangan Nomor 118/PMK.03/2016
Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016 Tentang
Pengampunan Pajak.**

- 4 -

- b. Surat Pemberitahuan Tahunan Pajak Penghasilan untuk Tahun Pajak 2014 bagi Wajib Pajak yang akhir tahun bukunya berakhir pada periode 1 Januari 2015 sampai dengan 30 Juni 2015.
14. Surat Pemberitahuan Tahunan Pajak Penghasilan adalah Surat Pemberitahuan Pajak Penghasilan untuk suatu Tahun Pajak atau bagian Tahun Pajak.
15. Manajemen Data dan Informasi adalah sistem administrasi data dan informasi Wajib Pajak yang berkaitan dengan Pengampunan Pajak yang dikelola oleh Menteri.
16. Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Tempat Wajib Pajak Terdaftar yang selanjutnya disebut Kanwil DJP Wajib Pajak Terdaftar adalah Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak yang wilayah kerjanya meliputi Kantor Pelayanan Pajak tempat Wajib Pajak memenuhi kewajiban perpajakan Pajak Penghasilan badan atau Pajak Penghasilan orang pribadi.
17. Kantor Pelayanan Pajak Tempat Wajib Pajak Terdaftar yang selanjutnya disebut KPP Tempat Wajib Pajak Terdaftar adalah Kantor Pelayanan Pajak tempat Wajib Pajak memenuhi kewajiban perpajakan Pajak Penghasilan badan atau Pajak Penghasilan orang pribadi.
18. Bank Persepsi adalah bank umum yang ditunjuk oleh Menteri untuk menerima setoran penerimaan negara dan berdasarkan Undang-Undang Pengampunan Pajak ditunjuk untuk menerima setoran Uang Tebusan dan/atau dana yang dialihkan ke dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dalam rangka pelaksanaan Pengampunan Pajak.
19. Tahun Pajak Terakhir adalah Tahun Pajak yang berakhir pada jangka waktu 1 Januari 2015 sampai dengan 31 Desember 2015.



Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

- a. 4% (empat persen) untuk periode penyampaian Surat Pernyataan terhitung sejak Undang-Undang Pengampunan Pajak berlaku sampai dengan tanggal 30 September 2016;
 - b. 6% (enam persen) untuk periode penyampaian Surat Pernyataan terhitung sejak tanggal 1 Oktober 2016 sampai dengan tanggal 31 Desember 2016; dan
 - c. 10% (sepuluh persen) untuk periode penyampaian Surat Pernyataan terhitung sejak tanggal 1 Januari 2017 sampai dengan tanggal 31 Maret 2017.
- (3) Tarif Uang Tebusan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 bagi Wajib Pajak yang peredaran usahanya sampai dengan Rp4.800.000.000,00 (empat miliar delapan ratus juta rupiah) adalah sebesar:
- a. 0,5% (nol koma lima persen) bagi Wajib Pajak yang mengungkapkan nilai Harta sampai dengan Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) dalam Surat Pernyataan; atau
 - b. 2% (dua persen) bagi Wajib Pajak yang mengungkapkan nilai Harta lebih dari Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) dalam Surat Pernyataan,
- untuk periode penyampaian Surat Pernyataan pada bulan pertama sejak Undang-Undang Pengampunan Pajak mulai berlaku sampai dengan tanggal 31 Maret 2017.
- (4) Harta sebagaimana dimaksud pada ayat (3) huruf a dan huruf b adalah seluruh Harta Wajib Pajak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 ayat (1).

BAB IV

WAJIB PAJAK DENGAN PEREDARAN USAHA TERTENTU

Pasal 11

- (1) Wajib Pajak yang peredaran usahanya sampai dengan Rp4.800.000.000,00 (empat miliar delapan ratus juta rupiah) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 ayat (3) merupakan Wajib Pajak yang:

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya



Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

- d. melunasi pajak yang tidak atau kurang dibayar atau yang tidak seharusnya dikembalikan bagi Wajib Pajak yang sedang dilakukan pemeriksaan bukti permulaan dan/atau penyidikan Tindak Pidana di Bidang Perpajakan;
 - e. menyampaikan SPT PPh Terakhir bagi Wajib Pajak yang telah memiliki kewajiban menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan Pajak Penghasilan; dan
 - f. mencabut permohonan dan/atau pengajuan:
 1. pengembalian kelebihan pembayaran pajak;
 2. pengurangan atau penghapusan sanksi administrasi dalam surat ketetapan pajak dan/atau Surat Tagihan Pajak;
 3. pengurangan atau pembatalan surat ketetapan pajak yang tidak benar;
 4. pengurangan atau pembatalan Surat Tagihan Pajak yang tidak benar;
 5. keberatan;
 6. pembetulan atas Surat Tagihan Pajak, surat ketetapan pajak dan/atau surat keputusan;
 7. banding;
 8. gugatan; dan/atau
 9. peninjauan kembali,
 dalam hal Wajib Pajak sedang mengajukan permohonan dan/atau pengajuan dan belum diterbitkan surat keputusan atau putusan.
- (2) Bagi Wajib Pajak yang bermaksud mengalihkan Harta tambahan ke dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, selain memenuhi persyaratan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Wajib Pajak harus:
- a. mengalihkan Harta tambahan ke dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia melalui Bank Persepsi dan menginvestasikan Harta tambahan dimaksud di dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia paling singkat 3 (tiga) tahun:

NO

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai negara berkembang, saat ini Indonesia tengah berupaya keras melaksanakan pembangunan di berbagai bidang secara terus menerus dan berkesinambungan. Sesuai dengan amanat Undang-Undang Dasar 1945, penyelenggaraan pembangunan nasional harus bermuara pada terwujudnya kesejahteraan dan kemakmuran rakyat dan bangsa Indonesia. Untuk mencapai hal tersebut dibutuhkan sumber pembiayaan pembangunan yang besar dan cenderung meningkat dari waktu ke waktu. Pembangunan nasional dapat terlaksana apabila pendapatan negara yang dicapai secara optimal. Salah satu sumber pendapatan negara yang digunakan untuk melakukan pembangunan nasional adalah melalui pajak.

Pengertian pajak telah tercantum pada Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 pada Pasal 1 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pajak memegang peran penting dalam penerimaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN).



Penerimaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) bersumber dari beberapa sektor yaitu sektor pajak, non pajak dan hibah. Pendapatan negara dari sektor pajak merupakan penerimaan terbesar. Pendapatan negara tersebut yang akan digunakan oleh negara untuk melakukan pembangunan nasional.

Dalam upaya mendukung peningkatan penerimaan pajak, maka pemerintah melakukan sosialisasi yang ditujukan kepada masyarakat untuk menyadari pentingnya pajak bagi kelangsungan hidup Bangsa Indonesia. Selain itu pemerintah juga berupaya melalui kebijakan-kebijakan ekstentifikasi maupun intensifikasi pajak serta peraturan tentang perpajakan yang semakin diperbaharui seiring perkembangan zaman. Ekstentifikasi pajak merupakan kegiatan menambah jumlah wajib pajak serta melakukan perluasan objek pajak dengan memberikan Nilai Pokok Wajib Pajak (NPWP) pada orang pribadi. Program intensifikasi dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dengan mengembangkan sistem perpajakan yang lebih cepat serta mudah namun masih memperhatikan sisi legalitas dan kepastian hukum sehingga wajib pajak merasa aman dan nyaman dalam membayar pajak (Abriandi dan Selvia, 2012)

Dalam UU Perpajakan Indonesia menganut *self assesment system*, yang dimana Wajib Pajak (WP) diberikan wewenang untuk menghitung, menetapkan, menyetorkan, dan melaporkan jumlah pajak terutang setiap tahunnya sesuai dengan UU perpajakan yang berlaku (Resmi, 2011). Hal ini termasuk salah satu cara pemerintah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk membayar pajak karena WP diberikan kepercayaan dan memudahkan Wajib Pajak (WP)



dalam mengurus perpajakannya sendiri. Dasar hukum Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan dibahas di dalam UU no 28 tahun 2007.

Pemerintah dalam hal ini DJP berupaya meningkatkan kualitas dan efektifitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan dan kepercayaan WP yang berpengaruh terhadap penerimaan negara dari sektor pajak, oleh karena itu DJP melakukan program ekstensifikasi dan intensifikasi pajak. Salah satu kebijakan yang dikeluarkan pemerintah yang berkaitan dengan program tersebut adalah *tax amnesty* atau yang lebih dikenal sebagai pengampunan pajak. *Tax amnesty* merupakan salah satu cara inovatif untuk meningkatkan penerimaan pajak tanpa menambah beban pajak baru kepada masyarakat, dunia usaha, dan para pekerja.

Walaupun bukan satu-satunya solusi untuk mengatasi anggaran negara, *tax amnesty* apabila dirancang dan dilaksanakan dengan baik dan benar dapat membantu memperbaiki citra negatif aparat pajak yang melekat di masyarakat. *tax amnesty* diharapkan meningkatkan atau mengoptimalkan penerimaan pajak yang selama ini belum atau kurang bayar, dan meningkatkan kepatuhan WP untuk membayarkan pajaknya. Dan kedepannya wajib pajak yang belum atau kurang patuh dapat lebih tenang karena track record penghasilan yang tertutupi dapat diputihkan. Kebijakan ini diharapkan dapat meningkatkan subjek pajak maupun objek pajak yaitu kembalinya dana yang berada di luar negeri dan juga disertai penambahan jumlah WP.

Terkait *tax amnesty* tidak pernah terlepas dari masalah ekonomi bawah tanah (*underground economy*), karena per definisi, ekonomi bawah tanah adalah bagian dari kegiatan ekonomi yang sengaja disembunyikan untuk menghindarkan



pembayaran pajak. Kegiatan ekonomi bawah tanah umumnya berlangsung di semua negara, baik negara maju maupun negara berkembang. *shadow economy* atau kadang kala disebut *cash economy* ini lazimnya diukur dari besarnya nilai ekonomi yang dihasilkan, dibandingkan dengan nilai Produk Domestik Bruto (PDB).

Berdasarkan penelitian Dr Enste dan Dr Schneider (2002), besarnya persentase kegiatan ekonomi bawah tanah di negara maju dapat mencapai 14-16% PDB, sedangkan di negara berkembang dapat mencapai 35-44% PDB. Kegiatan ekonomi bawah tanah ini tidak pernah dilaporkan sebagai penghasilan dalam formulir Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) pajak penghasilan, sehingga masuk dalam kriteria penyelundupan pajak (*tax evasion*). Penyelundupan pajak mengakibatkan beban pajak yang harus dipikul oleh para wajib pajak yang jujur membayar pajak menjadi lebih berat, dan hal ini mengakibatkan ketidakadilan yang tinggi. Peningkatan kegiatan ekonomi bawah tanah yang bersamaan dengan penyelundupan pajak ini sangat merugikan negara karena berarti hilangnya uang pajak yang sangat dibutuhkan untuk membiayai program pendidikan, kesehatan, dan program-program pengentasan kemiskinan lainnya. Maka dari itu timbul pemikiran untuk mengenakan kembali pajak yang belum dibayar dari kegiatan ekonomi bawah tanah tersebut melalui program khusus yakni *tax amnesty*.

Indonesia telah menerapkan *tax amnesty* 3 kali yaitu pada tahun 1964, tahun 1984 dan tahun 2016 yang sampai saat ini masih berjalan. Selain itu pada tahun 2008 dilaksanakan kebijakan *sunset policy* yang sejenis dengan pengampunan pajak, dan pada tahun 2015 dilaksanakan *sunset policy* jilid II yang



sering disebut *reinventing policy* yang merupakan kelanjutan dari *sunset policy*.

Menurut Ruston Tambunan, seorang pengamat perpajakan, perbedaan antara *sunset policy* dan *tax amnesty* adalah dalam *sunset policy*, yang dihapuskan hanyalah denda perpajakannya saja, sedangkan dalam *tax amnesty* selain denda ataupun sanksi, tarif tebusan untuk Objek Pajak (OP) yang diberikan juga lebih rendah dari tarif yang berlaku, serta tidak adanya tuntutan hukum atas OP dimasa mendatang.

Indonesia pernah mengalami kegagalan dalam pelaksanaan *tax amnesty* yaitu pada tahun 1964 dan tahun 1984 dikarenakan pelaksanaannya tidak efektif karena wajib pajak kurang merespons dan tidak diikuti dengan reformasi sistem administrasi perpajakan secara menyeluruh serta dalam peranan sektor pajak dalam sistem APBN masih berfungsi sebagai pelengkap saja sehingga pemerintah tidak menupayakan lebih serius (Ragimun, 2013). Menurut Direktur Jenderal Pajak Ken Dwijugasteadi, Peristiwa G30S pun turut andil dalam kegagalan pengampunan pajak pada tahun 1964, hal ini dikarenakan situasi politik dan perekonomian sosial menjadi tidak kondusif untuk menjalankan *tax amnesty*.

Pada tahun 1984, pelaksanaannya didasari oleh adanya reformasi perpajakan, akan tetapi perubahan sistem pemungutan pajak dari *official assessment system* menjadi *self assement system* menjadi salah satu penyebab kegagalan *tax amnesty* pada saat itu. Selain itu menurut mantan Direktur Jenderal Pajak Sigit Priadi Pramudito, kegagalan tersebut dikarenakan pada saat itu pemerintah hanya menghapus utang pajak bagi wajib pajak yang sukarela melaporkan kekayaan sebenarnya, termasuk aset-aset di luar negeri. Salah satu penyebab kegagalannya



adalah tidak efektifnya sosialisasi yang dilakukan pemerintah karena keadaan ekonomi negara saat itu masih belum kondusif untuk melakukan kebijakan pengampunan pajak.

Pada tahun 2016 ini pemerintah kembali melaksanakan program *tax amnesty* sejak tanggal disahkan tanggal 18 Juli 2016 sampai tanggal 31 Maret 2017. Sampai saat ini *tax amnesty* masih berlaku namun masih jauh dari yang telah ditargetkan oleh pemerintah yaitu sebesar Rp 165 triliun. Menurut Menteri Keuangan Sri Mulyani, program *tax amnesty* atau amnesti pajak menargetkan para wajib pajak besar, utamanya yang selama ini belum melaksanakan kewajiban perpajakan secara benar.

Undang-undang pengampunan pajak memang tidak menyaratkan program *tax amnesty* hanya berlaku bagi para pemilik modal maupun aset di luar negeri, namun implementasinya harus dilakukan dengan tetap menjaga asas keadilan. karena target utama dari *tax amnesty* bukan merupakan kelompok menengah ke bawah atau para penduduk miskin. Direktur Penyuluhan Pelayanan dan Hubungan Masyarakat DJP Hestu Yoga Saksama mengatakan bahwa bagi kelompok masyarakat berpenghasilan di bawah Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) sebesar Rp 4,5 juta per bulan seperti buruh, pembantu rumah tangga, nelayan, petani serta pensiunan tidak wajib mengikuti program ini.

Dengan adanya program *tax amnesty* banyak sekali tanggapan baik dan buruk dari berbagai kalangan masyarakat terutama para pengusaha yang memiliki aset yang besar dan banyak, karena sebagai sarana para pengusaha untuk memutihkan hutang pajak mereka. Maka dari itu pemerintah membutuhkan



sosialisasi *tax amnesty*. Sosialisasi yang dimaksud dalam hal ini adalah memberikan pemahaman kepada wajib pajak khususnya kepada wajib pajak besar dalam hal ini adalah pengusaha yang belum mencantumkan hartanya selama ini. Sebab, pengusaha di Indonesia tidak hanya menjalankan bisnisnya di dalam negeri saja tapi juga di luar negeri. Sehingga pemahaman tentang program *tax amnesty* sangat dibutuhkan para pengusaha karena masih banyak wajib pajak yang menganggap bahwa *tax amnesty* adalah sebuah jebakan yang diberikan pemerintah bagi wajib pajak.

Salah satu sosialisasi yang telah dilakukan pemerintah terkait *tax amnesty* pada periode pertama adalah mengadakan seminar terbuka di kota-kota besar di Indonesia dan di luar negeri, mengadakan forum diskusi di market place online, membuat iklan di berbagai platform, melakukan kerja sama dengan berbagai pihak terkait. Tidak hanya pemerintah yang melakukan sosialisasi *tax amnesty*, banyak pihak terkait proses *tax amnesty* yang juga berupaya menyukseskan *tax amnesty* salah satunya adalah konsultan pajak, asosiasi pengusaha Indonesia, Himpunan Pengusaha Indonesia. Sosialisasi yang dilakukan dengan mengadakan seminar, membuat forum diskusi untuk anggotanya ataupun untuk umum. Dengan adanya sosialisasi sebagai salah satu cara menyukseskan program *tax amnesty*. Peneliti tertarik untuk menganalisis sosialisasi program *tax amnesty* yang sudah berjalan pada periode 1 (satu) yang telah dilakukan pemerintah dan swasta, dan sebagai rekomendasi untuk pelaksanaan sosialisasi *tax amnesty* mendatang dari pelaksanaan sosialisasi *tax amnesty* yang akan



dilakukan pemerintah di periode selanjutnya atau di pelaksanaan *tax amnesty* di masa yang akan datang.

Harapan peneliti dari adanya penelitian ini adalah supaya penelitian ini dapat memberikan manfaat dan masukan dalam pelaksanaan sosialisasi *tax amnesty* di Indonesia pada masa mendatang. Dari penelitian ini, peneliti bisa menganalisis bagaimana sosialisasi *tax amnesty* di Indonesia kedepannya.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka peneliti mengangkat judul dalam penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah: “ANALISIS SOSIALISASI TAX AMNESTY TERHADAP PERSEPSI DAN MINAT PENGUSAHA MENGIKUTI PROGRAM TAX AMNESTY (Studi pada Pengusaha orang pribadi di Kota Malang)”.

B. Perumusan Masalah

Rumusan masalah tersebut dapat dijabarkan secara lebih spesifik dalam pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana sosialisasi program *tax amnesty* oleh Direktorat Jenderal Pajak Jawa Timur III?
2. Bagaimana pemahaman program *tax amnesty* terhadap persepsi pengusaha atas adanya program *tax amnesty*?
3. Bagaimana sikap wajib pajak setelah mengikuti sosialisasi *tax amnesty* dan minat pengusaha mengikuti program *tax amnesty*?



C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan diatas, maka tujuan penulis adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis sosialisasi program *tax amnesty* oleh Direktorat Jenderal Pajak Jawa Timur III.
2. Mengetahui dan menganalisis pemahaman terhadap persepsi Pengusaha terhadap sosialisasi yang sudah berjalan.
3. Menjelaskan sikap wajib pajak setelah mengikuti sosialisasi *tax amnesty* terhadap minat pengusaha untuk mengikuti *tax amnesty*.

D. Kontribusi Penelitian

1. Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ilmu pengetahuan di bidang perpajakan dan sebagai sumber informasi bagi peneliti khususnya serta pembaca pada umumnya. Penelitian ini diharapkan juga agar mampu menjadi bahan penelitian lebih luas kedepannya dalam rangka pengembangan ilmu-ilmu yang berhubungan dengan perpajakan terutama dalam praktik wajib pajak terhadap program-program intensifikasi pajak yang dikeluarkan pemerintah.

2. Kontribusi Praktis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi masyarakat sebagai wajib pajak dan pemerintah sebagai pengambil kebijakan, serta pihak-pihak terkait lainnya terkait dengan proses penerimaan



negara. Dengan mempelajari penelitian ini diharapkan juga dapat dengan lebih mudah memahami, menerapkan dan mempraktikkan di lapangan dalam bidang perpajakan khususnya untuk penerapan dalam menjalankan kebijakan-kebijakan yang telah dibuat oleh pemerintah dan undang-undangnya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan ini merupakan gambaran umum mengenai isi dari penelitian secara keseluruhan. Penelitian ini terdiri dari tiga bab yang masing-masing terbagi menjadi beberapa sub bab. Adapun sistematika penelitian tersebut seperti berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi tema penelitian. Selain itu, peneliti juga menjelaskan rumusan permasalahan yang akan dibahas, tujuan penelitian, kontribusi penelitian baik dilihat secara akademis maupun praktis, serta sistematika pembahasan penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan kerangka pemikiran dari penelitian dan berbagai konsep-konsep yang akan digunakan sebagai landasan pemikiran terkait dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Penjabaran pada bab ini mengenai pendekatan penelitian yang digunakan, jenis penelitian, fokus penelitian, teknik pengumpulan data, narasumber



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Perpajakan

1. Pengertian Pajak

Menurut Soemitro dalam Mardiasmo (2009:1) berpendapat “Pajak adalah iuran kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum”. Teori disertai milik Soemahamidjaja dalam Suandy (2008:9) mengatakan bahwa “Pajak adalah iuran wajib, berupa uang atau barang yang dipungut oleh penguasa berdasarkan norma-norma hukum, guna menutup biaya produksi barang-barang dan jasa-jasa kolektif dalam mencapai kesejahteraan umum”.

Menurut Feldmann dalam Waluyo (2010:2) mengatakan bahwa “Pajak adalah prestasi yang dipaksakan sepihak oleh dan terutang kepada pengusaha (menurut norma yang ditetapkannya secara umum), tanpa kontraprestasi dan semata-mata digunakan untuk menutup pengeluaran umum”.

Berdasarkan dari beberapa definisi menurut ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Pajak adalah iuran wajib yang dipungut berdasar undang-undang dan aturan pelaksanaannya dan tidak ada kontraprestasi/imbalan jasa secara langsung yang dapat diberikan oleh negara.



- b. Pajak adalah transfer dari warga negara kepada negara yang bersifat paksaan dan bagi yang tidak mematuhi dikenakan sanksi dan pajak juga digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah dan program-program pembangunan berupa investasi masyarakat (*public investment*) bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

2. Fungsi Pajak

Terdapat dua fungsi pajak yaitu fungsi *budgeteir* (sumber keuangan negara) dan fungsi *regularend* (pengatur) seperti yang dipaparkan Resmi (2011:3):

a. Fungsi *Budgeteir*

Pajak memiliki fungsi *budgeteir*, artinya pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran baik rutin maupun pembangunan. Sebagai sumber keuangan negara, pemerintah berupaya memasukkan uang sebanyak-banyaknya untuk kas negara. Upaya tersebut ditempuh dengan cara ekstensifikasi maupun intensifikasi pemungutan pajak melalui penyempurnaan peraturan berbagai jenis pajak seperti Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan lain-lain.

b. Fungsi *Regularend*

Pajak mempunyai fungsi pengatur, artinya pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan



ekonomi, serta mencapai tujuan-tujuan tertentu diluar bidang keuangan. Beberapa contoh penerapan pajak sebagai fungsi pengatur adalah:

1. Pajak yang tinggi dikenakan terhadap barang-barang mewah. Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) dikenakan pada saat terjadi transaksi jual beli barang mewah. Semakin mewah suatu barang maka tarif pajaknya semakin tinggi sehingga barang tersebut semakin mahal harganya. Pengenaan pajak ini dimaksudkan agar rakyat tidak berlomba-lomba untuk mengonsumsi barang mewah (mengurangi gaya hidup mewah)
2. Tarif pajak progresif dikenakan atas penghasilan; dimaksudkan agar pihak yang memperoleh penghasilan tinggi memberikan kontribusi (membayar pajak) yang tinggi pula, sehingga terjadi pemerataan pendapatan.
3. Tarif pajak ekspor sebesar 0%: dimaksudkan agar para pengusaha terdorong mengeksplor hasil produksinya dipasar dunia sehingga dapat membesar devisa negara.
4. Pajak penghasilan dikenakan atas penyerahan barang hasil industri tertentu seperti industri semen, industri rokok, industri baja, dan lain-lain: dimaksudkan agar terdapat penekanan produksi terhadap industri tersebut karena dapat mengganggu lingkungan atau polusi.
5. Pembebasan pajak penghasilan atas sisa hasil usaha koperasi: dimaksudkan untuk mendorong perkembangan koperasi di Indonesia.



6. Pemberlakuan *tax holiday*: dimaksudkan untuk menarik investor asing agar menanamkan modalnya di Indonesia.

3. Sistem Pemungutan pajak

Terdapat tiga sistem pemungutan yang berlaku di Indonesia, ketiga sistem tersebut adalah *official assessment system*, *self assessment system*, dan *with holding system*. Sesuai yang dipaparkan oleh Resmi (2011:11) adapun ketiga sistem tersebut adalah sebagai berikut:

a. *Official Assessment System*

Sistem pemungutan pajak yang memberi kewenangan kepada aparatur negara perpajakan untuk menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Pada sistem ini, inisiatif serta kegiatan menghitung dan memungut pajak sepenuhnya berada ditangan para aparatur negara. Dengan demikian, berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak tergantung pada aparatur perpajakan (peranan dominan ada pada aparatur perpajakan).

b. *Self Assessment System*

Sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang wajib pajak dalam menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Dalam sistem ini, inisiatif serta kegiatan menghitung dan memungut pajak sepenuhnya berada ditangan wajib pajak. Wajib pajak dianggap mampu menghitung pajak, mampu memahami undang-undang perpajakan yang sedang berlaku, dan mempunyai



kejujuran yang tinggi, serta menyadari akan arti pentingnya membayar pajak.

Oleh karena itu, wajib pajak diberi kepercayaan untuk:

1. Menghitung sendiri pajak yang terutang.
2. Memperhitungkan sendiri pajak yang terutang.
3. Membayar sendiri jumlah pajak yang terutang.
4. Melaporkan sendiri jumlah pajak yang terutang.
5. Mempertanggungjawabkan pajak yang terutang.

Dengan demikian, berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak tergantung pada wajib pajak sendiri (peranan dominan ada pada wajib pajak).

c. *With Holding System*

Sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga yang ditunjuk untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.

Penunjukan pihak ketiga ini dilakukan sesuai peraturan perundang-undangan perpajakan, keputusan presiden, dan peraturan lainnya untuk memotong dan memungut pajak, menyeter, dan mempertanggung jawabkan melalui sarana pajak yang tersedia, berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak tergantung pada pihak ketiga yang ditunjuk.

4. Jenis – Jenis Pajak

a. Menurut Golongannya



Menurut golongannya, pajak dikelompokkan menjadi dua yaitu pajak langsung dan pajak tidak langsung.

1. Pajak langsung, wajib pajak harus memikul dan menanggung sendiri pajak yang dibebankan, wajib pajak tidak dapat melimpahkan atau membebankan kepada orang lain atau pihak lain, wajib pajak yang bersangkutan harus memikul beban pajaknya sendiri.

2. Pajak tidak langsung, orang lain atau pihak ketiga dapat membebankan atau melimpahkan pajaknya. Jika terdapat suatu kegiatan akan terjadi pajak tidak langsung. Terjadi penyerahan barang atau jasa merupakan contoh peristiwa perbuatan yang menyebabkan terutangnya pajak.

b. Menurut Sifatnya

Menurut sifatnya, pajak dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu pajak subjektif dan pajak objektif.

1. Pajak subjektif dimana dalam pengenaan pajaknya memperhatikan pada keadaan pribadi wajib pajak atau keadaan subjeknya diperhatikan terlebih dahulu dalam pengenaan pajaknya.

2. Pajak objektif dimana dalam pengenaan pajaknya memperhatikan pada objeknya baik berupa denda, keadaan, perbuatan atau peristiwa yang akan mengakibatkan timbulnya kewajiban membayar pajak, keadaan pribadi subjek pajak (wajib pajak) maupun tempat tinggal tidak diperhatikan.

c. Menurut Lembaga Pemungutnya



Menurut lembaga pemungutnya, pajak dikelompokkan menjadi dua yaitu pajak negara (pajak pusat) dan pajak daerah.

1. Pajak negara (pajak pusat), pajak yang digunakan untuk membiayai rumah tangga negara pada umumnya dimana pajak pusat yang memungut adalah pemerintah pusat.

2. Pajak daerah, pajak yang digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah masing-masing, dimana pajak daerah dipungut oleh pemerintah daerah baik daerah tingkat I maupun daerah tingkat II.

B. Kebijakan Perpajakan

Kebijakan perpajakan merupakan salah satu bentuk dari kebijakan publik.

Menurut Purwanto kebijakan publik seringkali berkaitan dengan keputusan pemerintah yang memiliki pengaruh terhadap kehidupan masyarakat melalui instrumen kebijakan yang dimiliki oleh pemerintah, dapat berupa hukum, pelayanan, transfer dana, pajak, maupun anggaran-anggaran (1997). Kebijakan pemerintah menurut Marsuni dalam bukunya hukum dan Kebijakan perpajakan di Indonesia (2006) dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Langkah pemerintah untuk mendorong peningkatan penerimaan negara.
2. Tindakan yang dilakukan oleh pemerintah untuk memungut perpajakan yang merupakan sumber dana untuk membiayai kebutuhan negara.
3. Pilihan yang diambil pemerintah untuk meningkatkan penerimaan negara dari sektor pajak yang dananya digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengeluaran negara.



Pada penelitian ini, salah satu dasarnya adalah analisis kebijakan perpajakan, yaitu *tax amnesty*. Dalam kebijakan perpajakan, menurut Schlesinger ada juga kriteria tertentu untuk menentukan baik tidaknya kebijakan tersebut yaitu:

1. Memiliki pola yang selaras dengan kebijakan perpajakan yang lainnya. Jangan sampai kebijakan perpajakan yang akan diterapkan mengganggu pelaksanaan kebijakan pajak lainnya.
2. Melakukan perhitungan estimasi penerimaan pajak, sehingga dapat ditargetkan penerimaan pajak yang sesuai dan penargetan wajib pajak menjadi lebih terarah.
3. Adanya keselarasan antara peraturan yang menjadi dasar kebijakan berupa perundang-undangan dan sistem administrasi pelaksanaan kebijakan perpajakan tersebut.
4. Kebijakan bersifat fleksibel sehingga peng adaptasian di negara yang menerapkan dengan situasi ekonomi dan politik yang bisa berubah dapat dilakukan.

Dalam pembuatan suatu kebijakan pasti ada tujuan yang ingin dicapai. Hal-hal yang harus dicapai dalam kebijakan perpajakan adalah pendapatan yang merupakan tujuan utama dari perumusan kebijakan; redistribusi untuk mencapai penghasilan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh negara tersebut; represtasi yang merupakan keuntungan jika kebijakan tersebut dapat terprestasi atau terjadi dengan baik; dan diharapkan untuk dapat mempengaruhi perilaku wajib pajak di negara tersebut (Cobham, 2005).



C. Pengampunan Pajak (*Tax Amnesty*)

1. Pengertian *Tax Amnesty*

Pengampunan pajak (*tax amnesty*) menurut pengertiannya dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016 tentang pengampunan pajak adalah penghapusan pajak yang seharusnya terutang, tidak dikenai sanksi administrasi perpajakan dan sanksi pidana di bidang perpajakan, dengan cara mengungkapkan harta dan membayar uang tebusan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. *Tax amnesty* bertujuan umum untuk memberikan tambahan penerimaan pajak dan kesempatan bagi wajib pajak yang tidak patuh (*tax evaders*) menjadi wajib pajak yang patuh (*honest taxpayers*) sehingga diharapkan akan mendorong peningkatan kepatuhan sukarela wajib pajak dimasa yang akan datang (Hutagaol, 2007). Terkadang kebijakan *tax amnesty* malah memberi keringanan dalam pembayaran kewajiban pajak beserta bunga dan dendanya untuk partisipan *tax amnesty*. Menurut dasar hukum *tax amnesty* 2016 di Indonesia atau yang disebut Rancangan Undang-Undang (RUU) Pengampunan Nasional 2015, pengampunan nasional adalah penghapusan pajak terutang, penghapusan sanksi administrasi perpajakan, penghapusan sanksi pidana dibidang perpajakan, serta sanksi pidana tertentu dengan membayar uang tebusan, sebagaimana ditetapkan dalam undang-undang ini. Pengaruh dari *tax amnesty* adalah untuk meningkatkan minat wajib pajak tersebut.



2. **Jenis Tax Amnesty**

Menurut Sawyer, bentuk pengampunan pajak yang digunakan hampir seluruh negara di dunia adalah:

1. *Filling Amnesties*

Pengampunan diberikan kepada wajib pajak yang terdaftar namun belum pernah melakukan pengisian SPT dan diberikan jika wajib pajak mulai melakukan pengisian SPT.

2. *Investigation Amnesties*

Pengampunan jenis ini, jika wajib pajak melaporkan sendiri secara sukarela kekayaan yang dimiliki serta membayarkan tebusan dan lainnya, maka pemerintah tidak akan melakukan pemeriksaan atas aset yang dilaporkan di masa mendatang.

3. *Prosecution Amnesties*

Pengampunan jenis ini, wajib pajak mendapat kekebalan atas segala tuntutan yang berasal dari pelanggaran yang dilakukan dalam bidang perpajakan yang diampuni.

4. *Record-Keeping Amnesties*

Pengampunan jenis ini diberikan atas sanksi untuk kegagalan pemeliharaan dokumen perpajakan di masa sebelumnya. Pengampunan diberikan agar wajib pajak selanjutnya dapat menjaga dokumen perpajakannya.

5. *Revision Amnesties*

Pengampunan jenis ini, wajib pajak diberi kesempatan untuk merevisi SPT yang telah dilaporkan sebelumnya.



Di Indonesia sendiri, ada pendapat lain tentang jenis amnesti pajak yang dilakukan, yaitu sebagai berikut.

1. *Amnesties* yang hanya mengampuni sanksi pidana perpajakan, tetap mewajibkan pembayaran pokok, bunga, dan sanksi denda pajak.
2. Amnesti yang mengampuni sanksi denda dan pidana pajak, tetap mewajibkan pokok dan bunga pajak terutang.
3. Amnesti yang diwajibkan membayar pokok pajak dan mengampuni bunga, sanksi denda, dan sanksi pidana perpajakan.
4. Amnesti yang mengampuni keseluruhan aspek perpajakan yaitu pokok pajak, bunga, sanksi denda, dan sanksi pidana perpajakan.

3. **Kriteria *Tax Amnesty***

Dalam *tax amnesty* ada beberapa teori yang menyatakan spesifikasi pengampunan pajak yang dianggap berhasil pelaksanaannya. Menurut Kelley & Oldman (1973) ada beberapa kriteria keadaan pengampunan pajak yang dianggap berhasil:

1. Sosialisasi *tax amnesty* dalam jangka waktu yang panjang sebelumnya, walaupun ada batasan jangka waktu pelaksanaan *tax amnesty*.
2. Jaminan tidak akan adanya *tax amnesty* di masa mendatang, hanya pada kali pelaksanaan tersebut saja.
3. Syarat dan ketentuan yang berlaku untuk melakukan pengampunan pajak tidak sulit.



4. Jika wajib pajak merasa dirugikan jika tidak melaporkan kekayaan yang belum dilaporkan aspek perpajakannya dan meminta pengampunan pajak.

5. Jika wajib pajak merasa aman dan nyaman atas asal-usul kekayaan yang dilaporkan ke pemerintah untuk diampuni perpajakannya.

6. Pengampunan pajak menjadi reformasi perpajakan untuk kearah yang lebih baik.

4. *Tax Amnesty* di Indonesia

Indonesia telah 2 (dua) kali sebelumnya melaksanakan program *tax amnesty* yaitu pada tahun 1964 dan 1984 pada masa pemerintahan Presiden Soeharto. Kebijakan setelahnya yang pernah dilaksanakan yang mirip dengan *tax amnesty* adalah *sunset policy* pada tahun 2008 dan *sunset policy* jilid II yang dikenal *reinventing policy* pada tahun 2015.

Pengampunan pajak sudah dilaksanakan pada tahun 1964 melalui Penetapan Presiden Republik Indonesia No.5 tahun 1964 tentang Peraturan Pengampunan Pajak yang isinya bahwa untuk kepentingan revolusi Nasional Indonesia dan juga untuk memperlancar deklarasi ekonomi dan penerahan segala dana, daya dan tenaga sehingga perlu diberikan pengampunan pajak terhadap modal yang berada di masyarakat yang belum pernah dikenakan pajak. Modal tersebut pada pendaftaran dikenakan pungutan satu kali sebesar 10 (sepuluh) persen sebagai tebusan dari jumlah pajak yang menurut peraturan fiskal terhutang kepada negara yang didaftarkan pada Direktorat Jenderal Pajak sebelum 17 Agustus 1965.



Indonesia juga pernah mengeluarkan program pengampunan pajak yaitu melalui Keputusan Presiden Nomor 26 tahun 1984 tanggal 18 April 1984, yang diberikan kepada wajib pajak orang pribadi atau badan dengan nama dan dalam bentuk apapun baik yang telah maupun yang belum terdaftar sebagai wajib pajak diberi kesempatan untuk mendapatkan pengampunan pajak. Dengan tarif 1% (satu persen) dari jumlah kekayaan yang dijadikan dasar untuk menghitung jumlah pajak yang dimintakan pengampunan, bagi wajib pajak yang telah memasukan Surat Pemberitahuan Pajak Pendapatan/Pajak Perseroan tahun 1983 dan Pajak Kekayaan 1984, dan tarif 10% (sepuluh persen) dari jumlah kekayaan yang dijadikan dasar untuk menghitung jumlah pajak yang dimintakan pengampunan, bagi wajib pajak yang belum memasukan Surat Pemberitahuan Pajak Pendapatan/Pajak Perseroan tahun 1983 dan Pajak Kekayaan 1984.

Pada kedua *tax amnesty* yang telah dilaksanakan tersebut, Indonesia gagal dalam pelaksanaan keduanya. Banyak faktor yang mempengaruhi, salah satunya karena kurangnya keterbukaan akses informasi dan sarana tentang perpajakan yang belum memadai di Indonesia (Ragimun, 2008). Dan pelaksanaannya kurang efektif karena wajib pajak kurang merespon dan tidak diikutinya dengan reformasi sistem administrasi perpajakan secara menyeluruh.



D. Teori Sosialisasi

1. Pengertian Sosialisasi

Pengertian sosialisasi menurut kamus komunikasi adalah proses pemasyarakatan disebabkan terjadinya komunikasi di antara para penghuni suatu wilayah. Dalam pergaulan sehari-hari masyarakat tidak terlepas dari berkomunikasi diantara satu sama lain. Komunikasi yang dilakukan memungkinkan adanya pemasyarakatan sesuatu hal, baik itu suatu produk, lembaga maupun peraturan, sehingga masyarakat yang tadinya tidak tahu menjadi tahu karena adanya komunikasi. Komunikasi dapat dilakukan secara lisan yaitu melalui pembicaraan maupun secara tulisan.

Sosialisasi berdasarkan kamus psikologi mempunyai pengertian:

- a. Proses bimbingan terhadap perilaku, nilai-nilai, tujuan-tujuan dan motif-motif yang dianggap cocok dan pantas secara kultural.
- b. Proses belajar untuk berperilaku sesuai dengan pola-pola yang ditetapkan oleh keluarga atau kebudayaan di mana seseorang menjadi anggotanya.

Sosialisasi adalah suatu konsep umum yang bisa dimaknakan sebagai sebuah proses dimana kita belajar melalui interaksi dengan orang lain, tentang cara berpikir, merasakan, dan bertindak, dimana semuanya itu merupakan hal-hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif.

Sosialisasi merupakan proses yang terus terjadi selama hidup kita. Menurut Brice (Brice, 1994) mendefinisikan sosialisasi sebagai proses dimana seseorang memperoleh pengetahuan, kemampuan dan dasar yang membuat mereka mampu



atau tidak mampu menjadi anggota dari suatu kelompok. Pengertian ini memandang sosialisasi sebagai suatu proses belajar dimana individu belajar dan mendapatkan nilai dari kelompok-kelompok yang dimasukinya. Dan sejalan dengan pengertian dari Zigler and Child (Brice, 1994) yang menyatakan bahwa sosialisasi adalah keseluruhan proses dimana individu mengembangkan melalui proses transaksi dengan orang lain, bentuk-bentuk khusus dari perilaku dan pengalaman yang berhubungan dengan sosialnya.

Hal ini bisa kita simpulkan bahwa sosialisasi adalah proses yang dapat membantu individu melalui partisipasi sosial melalui belajar dan penyesuaian diri dengan hubungannya dengan orang lain dan belajar mengetahui dan memahami tingkah pekerti apa yang harus dilakukan dan tingkah pekerti apa yang harus tidak dilakukan terhadap suatu hubungan dengan orang lain di dalam masyarakat. Jadi dapat disimpulkan, dengan sosialisasi warga masyarakat dapat saling mengerti dan mengetahui peranan masing-masing dalam masyarakat, dan kemudian dapat bertingkah pekerti sesuai dengan peranan sosial dan juga tepat sebagaimana yang diharapkan oleh norma sosial yang ada, dan kedepannya mereka akan dapat menyasikan serta menyesuaikan tingkah pekerti masing-masing sewaktu melakukan interaksi sosial.

2. Jenis-Jenis Sosialisasi

Adapun jenisnya sosialisasi ini dibagi menjadi dua yaitu sosialisasi primer (dalam keluarga) dan sosialisasi sekunder (dalam masyarakat). Menurut Goffman (1961:4) kedua proses tersebut berlangsung dalam institusi total, yaitu tempat



Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

tinggal dan tempat bekerja. Dalam kedua institusi tersebut, terdapat sejumlah individu dalam situasi yang sama, terpisah dari masyarakat luas dalam jangka waktu kurun tertentu bersamasama menjalani hidup dan diatur secara formal.

a. Sosialisasi Primer

Menurut Peter L. Berger dan Luckmann (1967:130) dalam buku kantong sosiologi (2009:23) mendefinisikan sosialisasi primer sebagai sosialisasi pertama yang dijalani individu semasa kecil dengan belajar menjadi anggota masyarakat (keluarga). Sosialisasi primer berlangsung saat anak usia 1-5 tahun atau saat anak belum masuk sekolah. Anak mulai mengenal anggota keluarga dan lingkungan keluarga.

Secara bertahap dia mulai mampu membedakan dirinya dengan orang lain di sekitar keluarganya. Dalam tahap ini, peran orang-orang yang terdekak dengan anak menjadi sangat penting sebab seorang anak melakukan pola interaksi secara terbatas di dalamnya. Warna kepribadian anak akan sangat ditentukan oleh warna kepribadian dan interaksi yang terjadi antara anak dengan anggota keluarga terdekatnya.

b. Sosialisasi Sekunder

Menurut Peter L. Burger dan Luckman sosialisasi sekunder adalah suatu proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisasi primer yang memperkenalkan individu ke dalam kelompok tertentu dalam masyarakat. Salah satu bentuknya adalah resosialisasi dan desosialisasi. Dalam proses resosialisasi, seseorang diberi suatu identitas diri yang baru. Sedangkan dalam proses desosialisasi, seseorang mengalami 'pencabutan' identitas diri yang lama.

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya

Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya
Repository Universitas Brawijaya



Sosialisasi primer maupun sosialisasi sekunder dapat disimpulkan bahwa antara keduanya memiliki keterkaitan. Sosialisasi sekunder merupakan lanjutan sosialisasi primer sebagai awal sosialisasi yang didapat selama berkehidupan.

Sosialisasi primer peran orang-orang terdekat sangat penting dikarenakan keterbatasan pola interaksi seorang anak. Sedangkan sosialisasi sekunder memiliki proses resosialisasi dan proses desosialisasi dimana diberinya identitas diri yang baru dan pencabutan identitas diri yang lama.

3. Agen Sosialisasi

Media sosialisasi atau yang bisa kita kenal dengan agen sosialisasi merupakan tempat dimana sosialisasi itu terjadi atau sarana sosialisasi. Agen sosialisasi adalah pihak-pihak yang melaksanakan atau melakukan sosialisasi. Ada lima agen sosialisasi yang utama, yaitu keluarga, kelompok bermain, lingkungan, media massa, dan lembaga pendidikan sekolah. Adapun agen sosialisasi sebagai berikut:

1. Keluarga

Keluarga adalah media sosialisasi pertama yang di dapat oleh anak yang baru lahir (bayi). Dari sinilah anak mengenal lingkungan sosial dan budayanya, juga mengenal seluruh anggota keluarganya seperti ayah, ibu dan saudara-saudaranya sampai akhirnya anak itu mengenal dirinya sendiri. Cara dan corak orang tua dalam mendidik anak baik dalam kebiasaan, teguran, nasihat, perintah atau larangan sangat mempengaruhi pembentukan sikap dan kepribadian anak.



19
sebagaimana dengan mudah diterima oleh masyarakat, sehingga media massa, tv, surat kabar, radio, film, majalah dan lainnya mempunyai peran penting dalam proses transformasi nilai-nilai dan norma-norma baru kepada masyarakat.

Disamping itu media massa juga mentransformasikan simbol atau lambang tertentu dalam konteks emosional.

Proses sosialisasi dalam keluarga dapat dilakukan baik secara formal dan informal. Proses sosialisasi formal dikerjakan melalui proses pendidikan dan pengajaran. Sedangkan proses sosialisasi informal didapat melalui interaksi yang dilakukan secara tidak sengaja. Kelompok-kelompok baik yang berasal dari teman, tetangga maupun kelompok bermain, yang merupakan media sosialisasi yang memiliki pengaruh yang besar dalam membantuk pola perilaku seseorang.

Biasanya di dalam sekolah anak yang terbukti mampu bersaing dan menunjukkan prestasi akademik yang baik akan di berikan *reward*. Dan didalam sekolah anak juga banyak belajar bahwa untuk mencapai prestasi yang baik dibutuhkan kerja keras. Di sekolah individu saling berinteraksi dan berusaha untuk menyesuaikan diri dengan nilai dan norma yang berlaku didalamnya.

Sedangkan media massa merupakan media sosialisasi yang kuat dalam membentuk keyakinan-keyakinan baru atau mempertahankan keyakinan yang ada.

Bahkan media massa memiliki ruang lingkup sosialisasi yang lebih luas dibandingkan dengan media sosialisasi yang lainnya.



4. Tipe Sosialisasi

Setiap kelompok masyarakat memiliki nilai dan standar yang berbeda-beda. Semisal standarnya 'apakah seseorang itu baik atau tidak' di sekolah maupun di kelompok bermain tentu berbeda. Bila di sekolah, misalnya, seseorang dikatakan baik apabila suka menolong sesama teman atau tidak pernah terlambat masuk sekolah. Sementara dalam kelompok bermain, seseorang dikatakan baik apabila memiliki solidaritas dengan teman atau saling membantu temannya. Perbedaan standar ini dan nilai pun tidak terlepas dari sosialisasi yang ada.

Adapun tipe sosialisasi tersebut adalah:

1. Formal

Sosialisasi tipe ini terjadi melalui lembaga-lembaga yang berwenang menurut ketentuan yang berlaku dalam negara, seperti pendidikan di sekolah dan pendidikan militer.

2. Informal

Sosialisasi tipe ini terdapat di masyarakat atau didalam pergaulan yang bersifat kekeluargaan, seperti antara teman, sahabat, sesama anggota komunitas dan kelompok-kelompok sosial yang ada didalam masyarakat.

Baik dalam sosialisasi formal maupun informal tetap mempengaruhi pembentukan pribadi seseorang agar sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di lingkungannya. Meskipun proses sosialisasi dipisahkan secara formal dan informal. Namun, hasilnya sangat sulit untuk dipisahkan karena individu biasanya mendapat sosialisasi formal dan informal sekaligus.



5. Teori Komunikasi dalam Sosiologi

Setiap orang memerlukan komunikasi dengan orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya, proses

komunikasi tersebut menggunakan kata – kata, bahasa, simbol-simbol, gambar dan sebagainya agar orang yang diajak komunikasi (Komunikasi) dapat mengerti pesan apa yang disampaikan oleh si penyampai pesan (Komunikator). Menurut

Hovland dalam (Mulyana, 2007:68) komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (*communicate*).

Dapat diartikan bahwa dalam penyampaian-penyampaian pesan dengan menggunakan bahasa – bahasa yang mudah dimengerti dapat mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan suatu teori komunikasi. Teori komunikasi yang digunakan adalah teori komunikasi model David K. Berlo. Model komunikasi Berlo dikenal dengan model SMCR yaitu kepanjangan dari *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (penerima).

Menurut Berlo dalam Mulyana (2007 : 162) mengemukakan bahwa sumber adalah pihak yang menciptakan pesan, baik seseorang ataupun suatu kelompok. Pesan adalah terjemahan gagasan ke dalam kode simbolik, seperti bahasa atau isyarat. Saluran adalah medium yang membawa pesan dan penerima adalah orang yang menjadi sasaran komunikasi.

Berlo juga menggambarkan dalam Mulyana (2007 : 162), *encoder* artinya menyandi atau memformulasikan pesan, dan hal ini dilakukan oleh sang pengirim



pesan, sedangkan *decoder* artinya membaca sandi atau menerjemahkan pesan.

Dalam situasi tatap muka, kelompok kecil dan komunikasi publik (pidato), saluran komunikasinya adalah udara yang menyalurkan gelombang suara. Dalam komunikasi massa, terdapat banyak saluran: radio, televisi, buku, majalah, dan surat kabar. Adapun penjelasan SMCR ini meliputi :

a. S (*Source*)= Sumber komunikasi atau Pembicara

Sumber adalah seseorang yang memberikan pesan atau dalam komunikasi dapat disebut sebagai komunikator. Walaupun sumber biasanya melibatkan banyak individu. Misalnya, dalam organisasi, partai atau lembaga tertentu. Sumber juga sering dikatakan sebagai *source*, *sender*, atau *encoder*. Komunikator dalam menyampaikan pesan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti: keahlian berkomunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial, budaya.

b. M (*Message*) = Pesan atau Apa yang Dikirimkan

Pesan yang disampaikan oleh komunikator memiliki unsur-unsur, seperti: isi, elemen, perlakuan, struktur dan kode. Pesan adalah isi dari komunikasi yang memiliki nilai dan disampaikan oleh seseorang (komunikator). Pesan bersifat menghibur, edukatif, informatif, dan juga bisa bersifat propaganda. Pesan disampaikan melalui 2 (dua) cara yaitu, verbal dan nonverbal. Bisa melalui tatap muka atau melalui sebuah media komunikasi.

c. C (*Channel*)= Media dan Saluran Komunikasi

Media disini adalah sebuah alat untuk mengirimkan pesan tersebut misal secara personal (komunikasi interpersonal), maka media komunikasi yang digunakan adalah panca indera atau bisa memakai media telpon, *handphone*,



telegram, yang bersifat pribadi. Sedangkan komunikasi yang bersifat massa (komunikasi massa), dapat menggunakan media cetak (koran, surat kabar, majalah, dan lain-lain), dan media elektronik (TV, Radio). Seorang penerima pesan atau komunikan memperoleh pesan melalui kelima panca inderanya : pendengaran, penglihatan, pengecapan, penciuman, dan sentuhan.

d. *R (Receiver)* = Penerima Pesan atau Biasa Disebut dengan Komunikan Penerimaan adalah orang yang mendapatkan pesan dari komunikator melalui media. Penerima adalah elemen yang penting dalam menjalankan proses komunikasi. Karena, penerima menjadi sasaran dari komunikasi tersebut. Penerima dapat juga disebut sebagai khalayak, publik, dan masyarakat. *Receiver* meliputi aspek keterampilan dalam berkomunikasi, sikap, pengetahuan, kebudayaan, sistem sosial.

Dalam penelitian ini, terkait dengan teori komunikasi Berlo yaitu bahwa *source* (sumber) berasal dari Otoritas Perpajakan dan Swasta yang berkaitan dengan program *tax amnesty*. Foto, video, pidato dari sosialisasi adalah yang akan menyampaikan *message* (pesan) bahwa telah dan masih berlangsungnya sosialisasi program *tax amnesty*. Kemudian dikomunikasikan melalui *channel* (saluran) yaitu iklan, forum dan seminar, yang ditunjukkan mengajak para *receiver* (penerima) untuk hadir, dimana *receiver* (penerima).



E. Teori Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Menurut Rakhmat (2007:51) persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Sedangkan menurut Robbins (2003:97) mendeskripsikan persepsi dalam kaitannya dengan lingkungan, yaitu sebagai proses di mana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberi makna kepada lingkungan mereka. Slameto (2010:102) Persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi ke dalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus-menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat inderanya, yaitu indera penglihatan, pendengaran, peraba, dan penciuman. Dan menurut Bimo Walgito (2002: 87) mengemukakan bahwa persepsi seseorang merupakan proses aktif yang memegang peranan, bukan hanya stimulus yang mengenainya tetapi juga individu sebagai satu kesatuan dengan pengalaman-pengalamannya, motivasi serta sikapnya yang relevan dalam menanggapi stimulus. Dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah suatu proses seorang menyeleksi, menginterpretasikan dan mengatur masukan informasi dan pengalaman yang ada kemudian menafsirkan untuk menciptakan gambaran memiliki arti.



2. Faktor yang Memengaruhi Persepsi

Menurut David Krech dan Ricard Crutfield dalam Jalaludin Rahmat (2007:55) faktor-faktor yang menentukan persepsi dibagi menjadi dua yaitu :

1. Faktor Fungsional

Faktor fungsional adalah faktor yang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Faktor fungsional yang menentukan persepsi adalah obyek-obyek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi. Yang menentukan persepsi bukan bentuk atau jenis stimulus tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimulus tersebut.

2. Faktor Struktural

Faktor struktural adalah faktor-faktor yang berasal semata-mata dari sifat stimulus fisik terhadap efek-efek saraf yang ditimbulkan pada sistem saraf individu. Faktor-faktor struktural yang menentukan persepsi menurut teori Gestalt bila kita ingin memahami suatu peristiwa kita tidak dapat meneliti faktor-faktor yang terpisah tetapi memandangnya dalam hubungan keseluruhan.

3. Proses Persepsi

Menurut Walgito (2002:90) terjadinya persepsi melalui suatu proses melalui beberapa tahap yaitu:



- a. Tahap pertama, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses kealaman atau proses fisik, merupakan proses ditangkapnya suatu stimulus oleh alat indera manusia.
- b. Tahap kedua, merupakan tahap yang dikenal dengan proses fisiologis, merupakan proses diteruskannya stimulus yang diterima oleh reseptor (alat indera) melalui saraf-saraf sensoris.
- c. Tahap ketiga, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses psikologik, merupakan proses timbulnya kesadaran individu tentang stimulus yang diterima reseptor.
- d. Tahap ke empat, merupakan hasil yang diperoleh dari proses persepsi yaitu berupa tanggapan dan perilaku.

F. Teori Minat

1. Pengertian Minat

Minat adalah kepercayaan yang memungkinkan seseorang menampilkan perilaku khusus untuk memperoleh hasil yang spesifik. Sedangkan perilaku merupakan perubahan dari minat atau persepsi kendali perilaku untuk bertindak (Azjen dan fishbein (1980) dalam Tjahjono 2008). Menurut Soderlund dan Ohman (2003) Minat adalah rencana yang muncul ketika seseorang melakukan aktivitas yang berorientasi ke masa depan, seperti perencanaan untuk mencoba suatu produk terlebih dahulu, kapan akan membeli, serta apabila seseorang merasa puas terhadap suatu produk, maka pada tingkat yang lebih jauh akan



merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Dan menurut Jeong (2009)

mengatakan bahwa minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan sejak

lahir dan dapat berubah-ubah tergantung kebutuhan, pengalaman dan mode.

Setiap manusia memiliki kebutuhan dan pengalaman yang berbeda-beda,

tergantung tingkat pendidikan, usia, pekerjaan dan keinginan masing-masing.

Seperti halnya minat untuk mengikuti program *tax amensty*.

2. Faktor Timbulnya Minat

Faktor timbulnya minat, menurut Crow and Crow (1982) dalam Purwanto

(2004), terdiri dari tiga faktor :

a. Faktor Dorongan dari Dalam

Yaitu rasa ingin tahu atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang baru

dan berbeda. Dorongan ini dapat membuat seseorang berminat untuk mempelajari

ilmu mekanik, melakukan penelitian ilmiah, atau aktivitas lain yang menantang.

b. Faktor Motif Sosial

Yakni minat dalam upaya mengembangkan diri dari dan dalam ilmu

pengetahuan, yang mungkin diilhami oleh hasrat untuk mendapatkan kemampuan

dalam bekerja, atau adanya hasrat untuk memperoleh penghargaan dari keluarga

atau teman.

c. Faktor Emosional

Yakni minat yang berkaitan dengan perasaan dan emosi. Misalnya,

keberhasilan akan menimbulkan perasaan puas dan meningkatkan minat,

sedangkan kegagalan dapat menghilangkan minat seseorang.



3. Aspek Minat

Krathwoh dkk dalam Purwanto (2004) mengemukakan bahwa minat termasuk dalam afektif istilahnya Bloom. Taksonomi afektif Bloom dalam Notoatmodjo (2007), ini meliputi 5 (lima) kategori:

1. Penerimaan (*receiving*) yang terdiri dari sub-kesadaran kemauan untuk menerima perhatian yang terpilih. Merupakan masa dimana kita menerima rangsangan melalui panca indra.
2. Menanggapi (*responding*) yang terdiri dari sub-kategori persetujuan untuk menanggapi kemauan dan kepuasan.
3. Penilaian (*valuting*) yang terdiri dari sub-kategori penerimaan, pemilihan dan komitmen terhadap nilai-nilai tertentu.
4. Organisasi (*organization*) yaitu kemampuan dalam melakukan penyusunan langkah terhadap nilai baru yang diterima.
5. Pencirian (*characterization*) kemauan dalam memahami ciri dari nilai baru yang diterima.

G. Kerangka Pemikiran

Dapat dilihat pada

Gambar 2. 1 bahwa kerangka pemikiran dari peneliti ini berawal dari pajak untuk setiap mata rantai. Dalam upaya mendukung peningkatan penerimaan pajak maka pemerintah juga berupaya melalui kebijakan-kebijakan ekstensifikasi dan



intensifikasi pajak salah satunya adalah kebijakan program *tax amnesty* yang dapat diikuti baik wajib pajak orang pribadi maupun wajib pajak badan. Program ini tidak diwajibkan bagi wajib pajak yang memiliki penghasilan dibawah Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) karena dalam pelaksanaannya harus dilakukan dengan tetap menjaga asas keadilan.

Kali ini peneliti akan meneliti kebijakan program *tax amnesty* atau pengampunan pajak, peneliti memilih penelitian di Kota Malang. Peneliti ingin mengetahui, menganalisis sosialisasi yang dilakukan fiskus pada program *tax amnesty* terhadap pengusaha yang berada di Kota Malang. Peneliti juga ingin mengetahui dan menganalisis bagaimana sosialisasi yang dilakukan atas kebijakan *tax amnesty* yang di khususkan di Kota Malang. Peneliti juga ingin menganalisis persepsi dan minat pengusaha atas adanya program *tax amnesty*. Segi pemahaman pengusaha terhadap peraturan dan regulasi program yang berpotensi menguntungkan maupun merugikan pengusaha. Maka dari itu peneliti tertarik dan ingin meneliti lebih lanjut.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian deskriptif melalui pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi seperti yang dipaparkan oleh Sugiyono (2012:147). Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya seperti yang dipaparkan Strauss and Corbin (2003:4). Penelitian kualitatif banyak dipergunakan dalam penelitian filosofis dan sebagian juga terdapat dalam penelitian deskriptif dan penelitian histori. Data kualitatif dinyatakan dalam bentuk kalimat dan uraian seperti yang dipaparkan Nawawi (2012:3). Alasan peneliti memilih metode penelitian deskriptif melalui pendekatan kualitatif karena menurut peneliti penelitian ini masih belum bisa di pastikan kepastiannya karena penelitian ini masih bersifat persepsi dan penilaian dari beberapa masyarakat.



B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penelitian kualitatif yang berisikan pokok masalah yang masih bersifat umum Sugiyono (2008:32). Dengan adanya fokus penelitian, maka objek kajian bisa dibatasi sehingga penelitian tidak terjebak pada banyaknya data dilapangan dan dapat menghindari pemakaian data yang tidak relevan atau tidak mendukung inti penelitian ini. Batasan atas kajian yang akan diteliti bersifat spesifik dan terarah sehingga memperoleh hasil sesuai dengan yang diharapkan oleh peneliti. Adapun berikut adalah fokus dalam penelitian ini, yaitu:

1. Sosialisasi *tax amnesty* pada periode 1 dan 2 yang dilakukan oleh Kantor wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Timur III terhadap program *tax amnesty*.
 - a. Persiapan sebelum melakukan sosialisasi *tax amnesty*.
 - b. Sosialisasi yang dilakukan atas program *tax amnesty* kepada pengusaha di Kota Malang
 - c. Media saluran yang diterima pada saat adanya sosialisasi *tax amnesty*.
 - d. Persiapan pengusaha menghadapi program *tax amnesty*.
2. Bagaimana pemahaman program *tax amnesty* terhadap persepsi pengusaha atas adanya program *tax amnesty*.
 - a. Pengetahuan dan pemahaman pengusaha terhadap program *tax amnesty*.
 - b. Tindakan apa yang dilakukan pengusaha menghadapi program *tax amnesty*.



3. Bagaimana sikap wajib pajak setelah mengikuti sosialisasi *tax amnesty* dan minat pengusaha mengikuti program *tax amnesty*.

a. Ketanggapan pengusaha terhadap periode atau jangka waktu yang mempengaruhi keinginan pengusaha mengikuti program *tax amnesty*.

b. Regulasi pelaksanaan program *tax amnesty* terhadap kemudahan pengusaha.

c. Pendapat pengusaha terhadap sosialisasi yang telah dilakukan.

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi dan situs penelitian dalam penelitian ini adalah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Timur III dan beberapa pengusaha di Kota Malang. Jawa Timur

merupakan kota yang berada dalam perkembangan pesat disegala bidang, sebagai

kota yang banyak dipilih sebagai tanah perantauan dalam menuntut ilmu dari

banyak pelajar dari dalam pulau Jawa maupun di luar pulau Jawa dan tujuan

wisata oleh wisatawan lokal maupun mancanegara membuat banyak pengusaha

yang menginvestasikan uangnya di banyak bidang di kota Malang ini sehingga

berdampak terhadap banyaknya tagihan pajak yang harus dibayarkan pengusaha.

Dengan ini program *tax amnesty* bisa menjadi salah satu solusi.

D. Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, jenis data dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Data Primer (*Primary Data*)



Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Sumber tersebut diperoleh melalui informan yang berhubungan dengan fokus penelitian yaitu pengusaha di Kota Malang yang telah terdaftar sebagai wajib pajak. Direncanakan jumlah dari informan wajib pajak pengusaha sejumlah minimal 8 orang atau disesuaikan dengan kebutuhan validitas data dimana dalam penelitian menggunakan metode triangulasi.

2. Data Sekunder (*Secondary Data*)

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh penelitian secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang mungkin tidak di publikasikan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan sesuai dengan masalah yang diteliti dengan menggunakan metode yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah tindakan yang dilakukan antara dua orang atau lebih dengan cara melakukan interaksi secara langsung untuk mendapatkan informasi yang ingin diperoleh. Menurut Sugiyono (2008:41). Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksi makna dalam suatu topik yang dikaji.

Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara langsung ke Humas



Kanwil DJP Jawa Timur III Nur Falaq Rachmaningtyas dan beberapa responden yaitu pengusaha orang pribadi karena dalam pengumpulan data penelitian penguasa orang pribadi bersedia diwawancarai oleh peneliti terkait dengan sosialisasi *tax amnesty* yang telah berjalan terhadap minat pengusaha mengikuti program *tax amnesty*.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan atau proses pekerjaan mencatat atau merekam suatu peristiwa, objek atau aktifitas yang dianggap berharga dan penting. Menurut Arikunto (2006:231) dokumentasi adalah kegiatan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.

3. Triangulasi

Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Dengan triangulasi maka mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data seperti yang dipaparkan Sugiyono (2013:241).

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dapat dilihat pada Gambar Error! No text of specified style in document. 1 Metode Interaksi



merupakan alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam kegiatan mencari data.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Peneliti Sendiri

Peneliti mengamati, mencatat, mendengar dan mempertanyakan sesuatu dalam rangka mengumpulkan informasi yang ada dilapangan Ghony dan

Almansyur (2012:163) menjelaskan bahwa instrumen utama dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri (*human instrument*) untuk mencari data dengan berinteraksi secara simbolik dengan subjek yang diteliti.

2. Pedoman Wawancara

Berupa daftar pertanyaan yang digunakan sebagai acuan dalam memperoleh informasi dari responden. Menggunakan alat perekam suara (*tape recorder*), dan peralatan menulis. Pedoman wawancara sebagai pengarah dalam proses wawancara agar berjalan secara efektif dan efisien.

3. Pedoman Dokumentasi

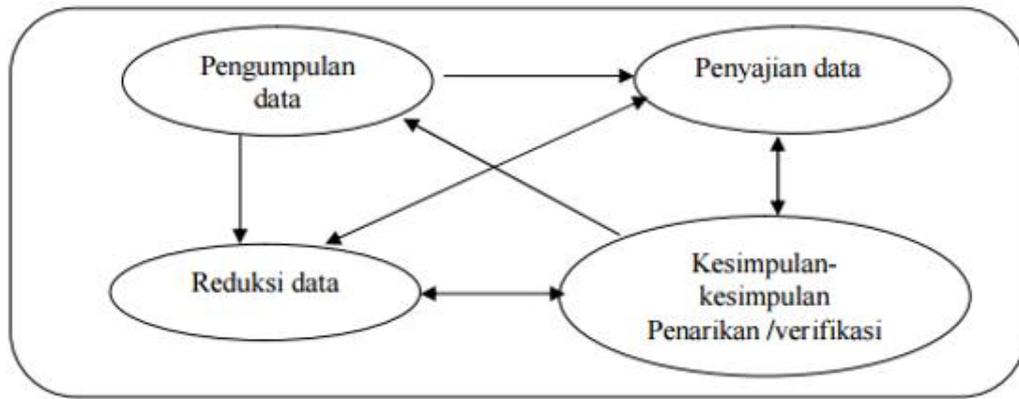
Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlaku. Bentuk dokumen dapat berupa tulisan, gambar maupun karya monumental dari seseorang.

Dokumen merupakan pelengkap dari kegiatan wawancara yang dilakukan menurut Sugiyono (2012:240).

4. Catatan Lapangan

Berupa catatan lapangan yang dipergunakan peneliti untuk mencatat apa yang didengar, diamati, dan dialami dalam rangka pengumpulan data dilapangan

yang digunakan untuk mencatat informasi yang didapat dikembangkan sebagai bahan tambahan data-data yang lain.



Gambar Error! No text of specified style in document..1 Metode Interaksi

G. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari data wawancara, catatan, dokumen dan bahan-bahan lain, sehingga dapat dengan mudah dipahami dan diinformasikan temuannya kepada orang lain. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis dengan model interaktif oleh Miles dan Huberman untuk menganalisis data hasil penelitian. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Adapun model interaktif yang dimaksud terdapat pada Gambar 3.1.

Komponen-komponen analisis data model interaktif dijelaskan sebagai berikut:



1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh penelitian lapangan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi direduksi dengan cara merangkum, memilih dan memfokuskan data pada hal-hal yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pada tahap ini, peneliti melakukan reduksi data dengan cara memilah-milah, mengkategorikan dan membuat abstraksi dari catatan lapangan, wawancara dan dokumentasi.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan setelah data selesai direduksi atau dirangkum. Data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dianalisis kemudian disajikan dalam bentuk CW (Catatan Wawancara), CL (Catatan Lapangan) dan CD (Catatan Dokumentasi). Data yang sudah disajikan dalam bentuk catatan wawancara, catatan lapangan dan catatan dokumentasi diberi kode data untuk mengorganisasi data, sehingga peneliti dapat menganalisis dengan cepat dan mudah. Peneliti membuat daftar awal kode yang sesuai dengan pedoman wawancara, observasi dan dokumentasi. Masing-masing data yang sudah diberi kode dianalisis dalam bentuk refleksi dan disajikan dalam bentuk teks.

3. Kesimpulan, Penarikan atau Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif model interaktif adalah penarikan kesimpulan di verifikasi. Berdasarkan data yang telah direduksi dan disajikan, peneliti membuat kesimpulan yang didukung dengan bukti yang kuat



BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Konteks Penelitian

1. Sejarah Singkat Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III.

Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III yang berkedudukan di Malang ini dibentuk berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor : 132/PMK.01/2006 tanggal 22 Desember 2006 tentang Organisasi dan Tata Kerja Instansi Vertikal Direktorat Jendral Pajak.

Kanwil DJP Jatim III memiliki wilayah kerja sebanyak 13 (tiga belas) kabupaten dan 6 (enam) Kotamadya, yang terdiri dari 325 kecamatan atau 3.821 kelurahan, dengan luas keseluruhan 2.617.500 hektar (Ha). Wilayah Kanwil DJP Jawa Timur III berada pada posisi yang strategis, diapit oleh dua provinsi besar yaitu Jawa Tengah dan Bali. Posisi ini memberikan keuntungan tersendiri bagi pertumbuhan industri, perdagangan dan jasa.

Di wilayah Kanwil DJP Jawa Timur III terdapat berbagai macam moda transportasi yang mendukung mobilisasi penumpang dan distribusi barang.



Disamping jalur kereta api yang melintang dari ujung barat dan ujung timur, wilayah kerja Kanwil DJP Jawa Timur III juga memiliki Bandara Abdurrahman Saleh di Malang, Bandara Noto Hadinegoro di Jember, serta Bandara Blimbingsari di Banyuwangi.

Selain itu, terdapat pula pelabuhan-pelabuhan bersekala kecil seperti Pelabuhan Tanjung Wangi di Banyuwangi, Pelabuhan Tanjung Tembaga di Probolinggo, Pelabuhan Pasuruan, Pelabuhan Kalbut di Situbondo dan Pelabuhan Paiton di Probolinggo. Beberapa pelabuhan besar yang turut berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi diantaranya Pelabuhan ketapang yang menghubungkan Pulau Jawa dengan Pulau Bali dan Pelabuhan Jangkar di Situbondo yang menghubungkan Pulau Jawa dengan Pulau Madura.

Wilayah ini juga terkenal sebagai kawasan pendidikan. Sebagai perguruan tinggi terkemuka di Jawa Timur ada di wilayah ini, antara lain Universitas Brawijaya (UB), Universitas Negeri Malang (UM), Politeknik Negeri Malang, Universitas Islam Negeri (UIN), Universitas Jember, Universitas Ma Chung dan Universitas Muhammadiyah Malang (UMM). Selain itu terdapat pula beberapa Sekolah Internasional seperti Wesley International School, Bina Bangsa School dan Charis National Academy.

Menurut data perkembangan Produk Domestik Bruto (PDRB), sektor industri menempati ranking teratas sebagai sektor penyumbang PDRB terbesar Jawa Timur, disusul sektor perdagangan di ranking kedua dan sektor sektor pertanian, peternakan dan perikanan di tempat ketiga. Sebagian besar industri berada di wilayah Malang, Kediri dan Pasuruan. Secara geografis, wilayah



Kanwil DJP Jatim III didominasi oleh dataran yang subur. Hal ini tak lepas dari pengaruh deretan yang membujur dari tengah ke timur. Beberapa gunung yang berpotensi sebagai kawasan wisata antara lain Gunung Ijen di Banyuwangi, Gunung Semeru di Lumajang dan Gunung Bromo di Probolinggo. Selain itu, dengan garis pantai yang hampir mengelilingi semua kota dan kabupaten-nya, wilayah Kanwil DJP Jatim III juga terkenal dengan pesona pantainya. Sebut saja pantai pasir putih dibagian utara, pantai pulau merah di ujung timur, dan deretan pantai selatan seperti Pantai Popoh, Prigi, Balekambang, Ngeliyep dan Papuma.

Berikut ini daftar Kantor Pelayanan Pajak (KPP) dibawah Kanwil DJP Jatim III beserta Kode KPP dan wilayah kerjanya:

- 1) KPP Pratama Malang Utara (652), wilayah kerja sebagian Kota Malang,
- 2) KPP Pratama Malang Selatan (623), wilayah kerja sebagian Kota Malang,
- 3) KPP Pratama Singosari (657), wilayah kerja sebagian Kabupaten Malang,
- 4) KPP Pratama Kepanjen (654), wilayah kerja sebagian Kabupaten Malang,
- 5) KPP Pratama Batu (628), wilayah kerja Kota Batu,
- 6) KPP Pratama Pasuruan (624), wilayah kerja Kota dan Kabupaten Pasuruan,
- 7) KPP Pratama Probolinggo (625), wilayah kerja Kota, Kabupaten Probolinggo dan Kabupaten Lumajang,



- 8) KPP Pratama Jember (626), wilayah kerja Kabupaten Jember,
- 9) KPP Pratama Blitar (653), wilayah kerja Kota dan Kabupaten Blitar,
- 10) KPP Pratama Kediri (622), wilayah kerja di Kota Kediri,
- 11) KPP Pratama Pare (655), wilayah kerja di Kabupaten Kediri dan Kabupaten Nganjuk,
- 12) KPP Pratama Tulungagung (629), wilayah kerja Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Trenggalek,
- 13) KPP Pratama Situbondo (656), wilayah kerja Kabupaten Situbondo dan Kabupaten Bondowoso,
- 14) KPP Pratama Banyuwangi (627), wilayah kerja Kabupaten Banyuwangi dan
- 15) KPP Madya Malang (651), dengan wilayah kerja seluruh kanwil DJP Jatim III, khusus untuk Wajib Pajak Badan tertentu.

2. Visi dan Misi Kanwil DJP Jawa Timur III

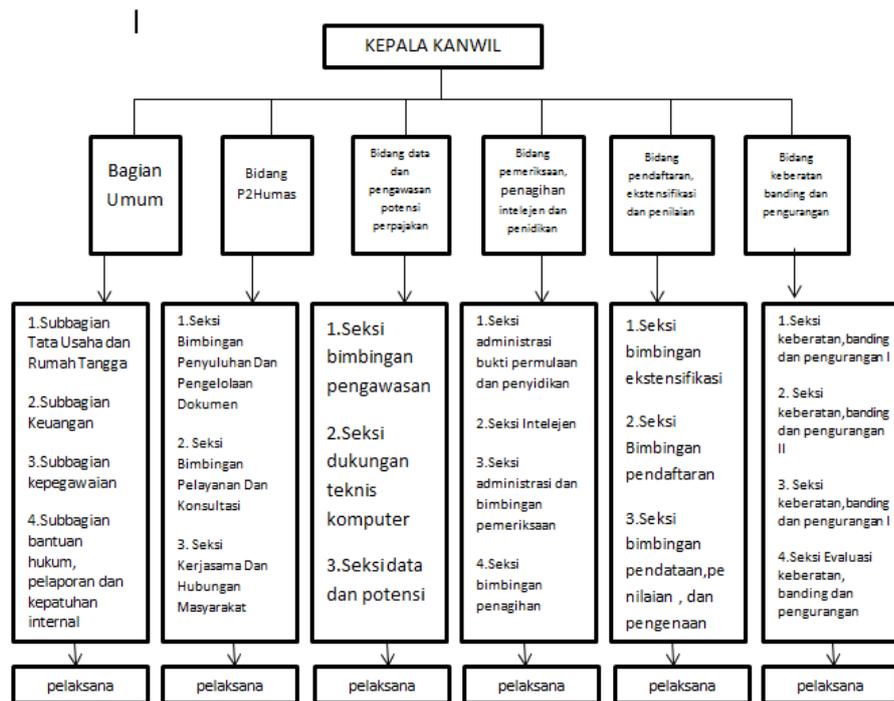
Visi dari Kanwil DJP Jawa Timur III adalah Menjadi Institusi Penghimpun Penerimaan Negara yang Terbaik demi Menjamin Kedaulatan dan Kemandirian Negara.

Sedangkan Misi dari Kanwil DJP Jawa Timur III menjamin penyelenggaraan negara yang berdaulat dan mandiri dengan:



- 1) Mengumpulkan penerimaan berdasarkan kepatuhan pajak sukarela yang tinggi dan penegakan hukum yang adil;
- 2) Pelayanan berbasis teknologi modern untuk kemudahan pemenuhan kewajiban perpajakan
- 3) Aparatur pajak berintegritas, kompeten dan profesional; dan
- 4) Kompensasi yang kompetitif berbasis sistem manajemen kinerja.

3. Struktur Organisasi Kanwil DJP Jawa Timur III



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kanwil DJP Jawa Timur III

Sumber: Kanwil DJP Jawa Timur III



4. Tugas Pokok dan Fungsi Kanwil DJP Jawa Timur III

Kanwil DJP Jawa Timur III memiliki tugas pokok yaitu:

- a. Koordinasi dan pemberian bimbingan dan evaluasi pelaksanaan tugas Direktorat Jendral Pajak;
- b. Pengamanan rencana kerja dan rencana penerimaan di bidang perpajakan
- c. Pemberian bimbingan konsultasi, pengawasan, dan penggalian potensi perpajakan serta pemberian dukungan teknis komputer;
- d. Pengumpulan, pencarian, dan pengelolaan data serta penyajian informasi perpajakan;
- e. Pemberian bimbingan pendataan dan penilaian serta pemberian bimbingan dan pemantauan pengenaan;
- f. Pemberian bimbingan teknis pemeriksaan dan penagihan, serta pelaksanaan dan administrasi pemeriksaan, penyidikan dan intelijen;
- g. Pemberian bimbingan pelayanan dan penyuluhan, pelaksanaan hubungan masyarakat, serta persiapan dan pelaksanaan kerja sama perpajakan;
- h. Pemberian bimbingan dan penyelesaian pengurangan Pajak Bumi dan Bangunan;
- i. Pemberian bimbingan dan pelaksanaan penyelesaian keberatan, banding, pengurangan atau penghapusan sanksi administrasi, dan keputusan pengurangan atau pembatalan ketetapan pajak yang tidak benar;
- j. Pemberian bimbingan dan penyelesaian pembetulan keputusan keberatan, keputusan pengurangan atau penghapusan sanksi administrasi, dan keputusan pengurangan atau pembatalan ketetapan pajak yang tidak benar;



- k. Pemberian bimbingan dan pelaksanaan urusan kepegawaian, perencanaan, dan pengembangan sumber daya manusia
- l. Pengelolaan kinerja di lingkungan Kantor Wilayah;
- m. Pelaksanaan urusan bantuan hukum; dan
- n. Pelaksanaan administrasi kantor.

B. *Tax Amnesty* di Kanwil DJP Jawa Timur III

Tax Amnesty atau pengampunan pajak adalah kebijakan pemerintah di bidang perpajakan yang memberikan penghapusan pajak yang seharusnya terutang dengan membayar tebusan dalam jumlah tertentu yang bertujuan untuk memberikan tambahan penerimaan pajak dan kesempatan bagi Wajib Pajak yang tidak patuh menjadi Wajib Pajak patuh. *Tax Amnesty* baru diawali dengan adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016 tentang Pengampunan Pajak yang berlaku sejak tanggal 1 Juli 2016 sejak saat itulah program *Tax Amnesty* berjalan.

Awal mula menginformasikan ataupun mempromosikan tentang program *tax amnesty* kepada masyarakat yang dilakukan Kanwil DJP Jawa Timur III melalui beberapa kanal media sosialisasi. Kanal media sosialisasi tersebut berupa iklan di website, stasiun TV, online marketplace, banner, billboard, umbul-umbul, dan lain-lain yang berisikan informasi tentang *tax amnesty*.



1. Realisasi Sosialisasi *Tax Amnesty*

Berikut ini adalah tarif yang dikenakan selama 3 (tiga) periode *tax amnesty*.

Tabel 4.1.1 Tarif *Tax Amnesty* selama 3 (tiga) periode

| Waktu Pelaporan | Aset di LN dibawa ke Indonesia (Repatriasi) dan Aset di dalam negeri | Aset di LN tidak dibawa ke Indonesia (Deklarasi) |
|--------------------------------|--|--|
| Juli 2016 s/d September 2016 | 2% | 4% |
| Oktober 2016 s/d Desember 2016 | 3% | 6% |
| Januari 2017 s/d Maret 2017 | 5% | 10% |

Sumber: www.pajak.go.id

Menurut tabel 4.1 periode *tax amnesty* dibagi menjadi 3 (tiga) periode dengan tarif yang berbeda-beda setiap periodenya. Terlihat pada periode pertama tarif yang dikenakan lebih rendah dibandingkan tarif kedua dan ketiga.

**Tabel 4.2 Tarif Uang Tebusan UMKM**

| Waktu Pelaporan | Tarif Tebusan |
|---|---------------|
| Juli 2016 s/d Maret 2017 untuk total aset sampai 10 milyar rupiah | 0,5% |
| Juli 2016 s/d Maret 2017 untuk total aset diatas 10 milyar rupiah | 2% |

Sumber: www.pajak.go.id

Dari tabel 4.2 menyatakan bahwa terdapat perbedaan pengenaan tarif uang tebusan untuk pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) , yaitu

- a. Wajib Pajak yang Peredaran usahanya sampai dengan Rp 4.800.000.000,00 (empat milyar delapan ratus juta rupiah)
- b. Memiliki peredaran usaha hanya bersumber dari penghasilan atas kegiatan usaha;
- c. Tidak menerima penghasilan dari pekerjaan dalam hubungan kerja dan/atau pekerjaan bebas
- d. Pekerjaan bebas sebagaimana dimaksud pada nomor 1 bagian b merupakan pekerjaan yang dilakukan oleh orang pribadi yang mempunyai keahlian khusus sebagai usaha untuk memperoleh penghasilan yang tidak terikat oleh suatu hubungan kerja, antara lain dokter, notaris, akuntan, arsitek, atau pengacara.



Menurut Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 118/PMK.03/2016 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Pengampunan Pajak.

2. Strategi Pemungutan Uang Tebusan *Tax Amnesty* Di Kota Malang

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan di temukan bahwa strategi pemungutan *tax amnesty* di Direktorat Jendral Pajak terdiri dari:

1) Sosialisasi

Setelah dilakukannya wawancara oleh peneliti dengan Kepala Humas Kanwil DJP Jawa Timur III di Kota Malang, upaya yang dilakukan oleh Kanwil DJP Jawa Timur III di Kota Malang dalam perkembangan kebijakan program *tax amnesty* di Kota Malang yaitu dengan cara melakukan sosialisasi. Sosialisasi yang dilakukan untuk memaksimalkan target tebusan *Tax Amnesty* di Kota Malang. Sosialisasi yang dilakukan adalah sosialisasi secara langsung dan tidak langsung. Hal ini seperti yang dikatakan Humas Kanwil DJP Jawa Timur III, beliau mengatakan bahwa:

“Jadi memang karna ini memang program nasional yang kebetulan baru launching di bulan Juli memang undang-undangnya sendiri baru di tanda tangan presiden tanggal 11 juli 2016 walaupun berlakunya surut ya di 1 Juli tapi memang baru di tanda tangani presiden 11 Juli. Pada saat itu karna ini program nasional jadi presiden turun langsung dan alhamdulillah kota pertama yang di kunjungi Surabaya. Jadi, launching 1 kali untuk mensosialisasikan undang-undang amnesti itu presiden Jokowi itu datang langsung ke Surabaya, sebagai kota pertama yang di datangi presiden tentu ini menjadi publikasi besar awal mula yang baik sekali dan memudahkan kami untuk mengenalkan program amnesti karena sudah pasti untuk pertama



beritanya besar semua mata memandang semua telinga mendengar, tanpa kami harus berpayah-payah itu sudah terdengar program tersebut di pengusaha di Jawa Timur. Di Surabaya itu tidak pengusaha Surabaya saja yang di undang tapi se- Jawa Timur termasuk pengusaha di Kota Malang. Itu menjadi awal mengenalkan program amnesti selanjutnya kita baru menindak lanjuti kami seluruh kanwil di Jawa Timur dan di Indonesia mensosialisasikan ke pengusaha rentetannya jadi seperti itu. Kami tidak menemui kesulitan disitu karena Presiden sendiri yang mengumandangkan.” (wawancara pada tanggal 1/2/2017, pukul 11.00 WIB di Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III)

Berdasarkan hasil wawancara ini, sosialisasi *tax amnesty* pada saat awal berlakunya di lakukan oleh Presiden Jokowi yang terjun langsung membantu sosialisasi ke para pengusaha di Jawa Timur yang di laksanakan di kota Surabaya dan di bantu juga oleh seluruh Kanwil DJP di Jawa Timur. Dengan terjun langsungnya Presiden Jokowi untuk mensosialisasikan *tax amnesty* tentunya membantu menginformasikan kepada para pengusaha di Jawa Timur agar program *tax amnesty* berjalan dengan optimal.

2) Lokasi pengajuan dan pelayanan *tax amnesty*

Lokasi pengajuan dan pelayanan *tax amnesty* dapat dilakukan di Kantor Pelayanan Pajak tempat wajib pajak terdaftar atau melalui bank persepsi yang tersebar di seluruh Indonesia dengan membawa Surat Pernyataan, di Kantor Pelayanan Pajak tempat Wajib Pajak terdaftar atau tempat lain yang ditentukan oleh Menteri juga tempat awal yang harus dituju untuk meminta penjelasan mengenai pengisian dan pemenuhan kelengkapan dokumen yang harus dilampirkan dalam Surat Pernyataan.



C. Sosialisasi Tax Amnesty oleh Kanwil DJP Jawa Timur III

1. Persiapan yang dilakukan sebelum melakukan sosialisasi

Pada Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III yang dikhususkan untuk program *tax amnesty* ini adalah mendata dan mengelompokkan wajib pajak dari sisi besaran usaha yang dijalani baik pengusaha orang pribadi atau pengusaha badan, seperti yang dikatakan oleh Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III:

“jadi sebelum kita melakukan sosialisasi secara langsung tatap muka itu pasti kita mendata dulu, soalnya w p nya banyak kapasitas kami kan buat sosialisasi dalam 1 kali pasti ada keterbatasan kan ga mungkin kita masal sekali yang masal sekali tidak akan efektif” (wawancara pada tanggal 1/2/2017, pukul 11.00 WIB di Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III)

Kemudian tidak hanya pendataan dan pengelompokan saja yang dilakukan sebelum melakukan sosialisasi

2. Sosialisasi yang dilakukan Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III

Sosialisasi yang dilakukan Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III ini berlangsung sejak tanggal disahkannya undang-undang pengampunan pajak. Kegiatan ini rutin dilakukan 3 bulan awal di setiap minggunya seperti yang dikatakan oleh Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III



“Sejak dari launching 3 bulan pertama rapid banget mbak sosialisasi ga berenti Juli Agustus dan September jadi di periode 1 amnesti. Amnesti menjadi 3 periode yang pertama Juli-September yang kedua Oktober-Desember yang ketiga Januari-Maret. Di 3 bulan pertama kita full sosialisasi kalo yang.” (wawancara pada tanggal 1/2/2017, pukul 11.00 WIB di Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III)

Sosialisasi ini rutin dilakukan mengingat target yang harus dicapai pada tax amnesty sangat besar sehingga menuntut Direktorat Jendral Pajak di seluruh Indonesia gencar memberi pemahaman yang bertujuan agar sosialisasi ini menghasilkan wajib pajak untuk mengikuti *tax amnesty*.

Materi yang diberikan pada saat sosialisasi bergantung pada peserta yang datang, agar materi yang diberikan tepat dan sesuai yang dibutuhkan oleh peserta seperti yang dikatakan Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III

“Nah, pada saat kami sebelum melakukan sosialisasi kami data dulu mana yang mau kami sasar jadi harus ada clustering kalo ga di cluster nanti penekanan sosialisasinya kan beda-beda misal pengusaha besar kami titik beratkan pada 1 materi ya, misalkan mencluster lagi UMKM walaupun tetep program amnesti yang kami usung pada saat memberi sosialisasi ada penekanan-penekanan tertentu misal kalo UMKM ini tarifnya dibedakan itu aja yang kami ulang-ulang jadi segmentasi itu perlu.” (wawancara pada tanggal 1/2/2017, pukul 11.00 WIB di Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III)

Setiap sosialisasi memiliki titik berat yang berbeda-beda apabila yang datang adalah pengusaha yang di titik beratkan pada 1 materi yaitu tarif, periode dan cara pengajuan. Apabila sosialisasi ini ditujukan untuk UMKM maka materi yang diberikan adalah tarif yang dikenakan dibedakan dengan pengusaha. Jadi segmentasi pada saat pemberian materi sosialisasi itu perlu.

Sosialisasi yang dilakukan Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III kepada para Wajib Pajak yang berkerjasama dengan kepolisian, kejaksaan, asosiasi profesi, asosiasi pengusaha, asosiasi UMKM, perbankan, kalangan akademisi dan komunitas dengan adanya kerjasama ini diharapkan sosialisasi yang disampaikan dapat dipahami pada Wajib Pajak yang nantinya dapat diminati para Wajib Pajak untuk mengikuti program *tax amnesty*. Seperti yang dikatakan oleh Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III.

“kami pernah melaksanakannya dengan komunitas tionghoa di klenteng itu jumlahnya 700 orang pengusaha tionghoa semalang kami kerjasama dengan asosiasinya di Malang, kami di kasih fasilitas sama mereka menggunakan aula klenteng ini bisa memuat 1000 orang saat itu kami sosialisasi pesertanya 700 orang di klenteng Pasar Besar. Mereka antusias tapi kurang efektif untuk sosialisasikan interaksinya tidak akan maksimal terlalu banyak masanya tapi gapapa itu supaya mereka mengenal aja amnesti walaupun tidak sempet interaksi secara efektif tapi paling tidak mereka sudah mengetahui info amnesti. kalau tatap muka banyak kami menggendong banyak kalangan kami kerjasama dengan perbankan itu sudah pasti jadi terbentuk sinergi yang bagus sekali dengan perbankan karena perbankan sendiri juga di instruksikan secara langsung oleh presiden untuk bisa mensosialisasikan program ini jadi kami dengan perbankan kemudian berkembang dengan yang lainnya itu adalah dengan kalangan Pemda kemudian instansi lain seperti Kejaksaan, Kepolisian, dan asosiasi pengusaha dan keprofesian seperti profesi pembuat akta tanah kemudian dengan dokter juga dikumpul jadi dengan profesi maupun dengan asosiasi lain termasuk dengan dinas UKM kita melakukannya.”(wawancara pada tanggal 1/2/2017, pukul 11:00 WIB di Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III)

Kemudian tidak hanya program *tax amnesty* saja yang di sampaikan pada saat sosialisasi, Humas Kanwil DJP Jawa Timur III juga menyampaikan Keputusan Menti Keuangan Nomor 600/ KMK.03/2016 Tentang penetapan bank persepsi yang bertindak sebagai penerima uang tebusan dalam rangka pelaksanaan



pengampunan pajak, yang menjelaskan bahwa pembayaran pengampunan pajak dapat dilakukan di bank persepsi yaitu bank yang sudah berkerjasama dengan pemerintah untuk ikut serta mensukseskan program *tax amnesty*. Meskipun sudah dilakukan sosialisasi kepada banyak kelompok wajib pajak pada saat sosialisasi mereka datang dan mendengarkan juga bertanya antusias namun minat mereka untuk mengikuti program *tax amnesty* masih rendah. Sosialisasi ini rutin dilaksanakan setiap minggunya ditempat dan target yang berbeda. Pokok-pokok yang dijelaskan saat sosialisasi juga berbeda sesuai dengan peserta sosialisasi dan tempat diadakannya sosialisasi tersebut.

3. Saluran atau media

Saluran atau media untuk komunikasi, komunikasi tertulis meliputi setiap materi tertulis ataupun sebuah media yang dapat memproduksi kata-kata tertulis, seperti : televisi, LCD, video. Media saluran yang digunakan Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III untuk melakukan sosialisasi adalah website, situs resmi Direktorat Jendral Pajak, online marketplace, media cetak seperti koran, majalah, brosur, spanduk, banner, umbul-umbul yang sering digunakan untuk info-info tentang adanya sosialisasi dan diskusi. Sedangkan komunikasi secara lisan adalah tatap muka, televisi, radio, kring pajak dan hotline *tax amnesty service*. Sedangkan apabila ada masyarakat yang kurang memahami informasi melalui media cetak ataupun *website*, DJP juga memiliki layanan kring pajak dan *tax amnesty service* yang dapat menanyakan secara langsung dengan fiskus terkait *tax amnesty* dan mendapatkan informasi secara

langsung dan lebih jelas. Bahkan dalam sosialisasinya Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III pernah menggunakan tokoh-tokoh yang berpengaruh dan turut andil dalam program *tax amnesty* ini sebagai pembicara dalam sosialisasi yaitu Bapak Walikota Malang Abah Anton, Anggota DPR komisi XI Bapak Andreas dan Motivator, untuk memberi pemahaman dan pengaruh untuk mengikuti program ini. Dan juga dengan membuka meja helpdesk apabila membuat sosialisasi langsung diacara-acara besar. Seperti yang dikatakan oleh Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III.

“Kalau untuk caranya macam-macam sosialisasi langsung pada saat sosialisasi kami tidak hanya sekedar memberi secara umum kami juga membuka meja-meja helpdesk namanya, kalau misal orang mau paham lebih lanjut bisa ke helpdesk karena kalau acara besar tanya satu-satu kan ga mungkin. Jadi, sekeliling acara ada petugas-petugas dimeja masing-masing untuk tanya jawab secara intens sampai selesai sampai mereka puas pokonya keluar dari ruangan itu mereka sudah punya pemahaman dan sudah memutuskan untuk ikut targetnya kan ikut. Sosialisasi, kampanye, iklan di media di media sosial facebook, twitter, instagram. Itu juga melalui itu kita publikasi ga jarang orang menggunakan fasilitas itu untuk bertanya. Di twitter yang mengikuti kami itu langsung nanya akhirnya jadi ada interaksi secara langsung. Kemudian untuk pembicar khusus kami pernah mendatangkan dari anggota DPR komisi XI Bapak Andreas selaku salah satu anggota yang ikut menyusun undang-undang ini jadi beliau berbicara langsung dengan pengusaha di malang itu bersama kami. Kemudian kami menggunakan tokoh-tokoh seperti Bapak Walikota yaitu Abah Anton beliau sangat mendukung program ini. Jadi dengan menghadirkan tokoh setempat kami yakin akan lebih masuk karena merasa lebih dekat dengan pembicara. Kita sempat menggunakan motivator jadi karena motivator punya ilmu yang lain ya memberikan pemahaman yang luar biasa kepada audiencenya dan membangun semangat, tentu saja motivator ini sudah paham betul program amnesti pajak sebagai corong kami untuk sosialisasi.” (wawancara pada tanggal 1/2/2017, pukul 11.00 WIB di Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III)

Namun, masih banyak masyarakat yang masih sulit memahami dan tidak mau memahami program amnesti pajak ini padahal program ini sangat

menguntungkan bagi wajib pajak yang belum melaporkan hartanya di dalam maupun di luar negeri atau memiliki tunggakan pajak yang belum dibayarkan.

Masyarakat masih menganggap bahwa kebijakan program amnesti pajak ini adalah jebakan untuk para pengusaha dan memberatkan bagi para pelaku usaha mikro kecil menengah. Sehingga mereka menghindari dan takut akan program ini.

4. Sasaran

Pada setiap periode Direktorat Jendral pajak pusat memetakan sasaran dan memberi arah ke kantor pajak di daerah-daerah lain, namun di daerah dapat menyesuaikan seperti yang dikatakan oleh Humas Kanwil DJP Jawa Timur III.

“Kemudian juga targeting yang lain misal kami mau menyoar profesi misal dokter kebanyakan ya kebanyakan dokter tidak mengetahui pajak secara langsung palingkan nanya-nanya orang kain atau punya konsultan jadi memang ada target-target tertentu dan itu pasti kami siapkan sebelumnya disamping dari kantor pusat sudah dipetakan jadi sasaran kita periode ini adalah pengusaha besar, profesi dari kantor pusat sudah diarahkan tapi tetap kami di daerah boleh menyesuaikan dengan kondisi daerahnya jadi target kita data sebelum dilakukan sosialisasi. bahkan sampai waktu itu acaranya mobil VW, komunitas VW ngumpul di Malang itu kita masuk juga buka booth disitu jadi semua kalangan kita masukan mbak.” (wawancara pada tanggal 1/2/2017, pukul 11.00 WIB di Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III)

Pemetaan sasaran ini ditujukan agar sosialisasi dapat menyentuh setiap lapisan masyarakat. Sasaran atau penerima pesan dari sosialisasi *tax amnesty* ini adalah seluruh Wajib Pajak. Jika pesan bersifat lisan, maka penerima perlu menjadi pendengar yang baik. Karena apabila pendengaran tidak mendengarkan dengan baik pesan tersebut sulit untuk dipahami dan mudah lupa. Penerima harus memberikan



penafisiran interpretasi terhadap pesan yang disampaikan kepadanya. Pemahaman sangat penting untuk penerima setelah menerima penyampaian dari pesan yang disampaikan saat sosialisasi berlangsung. Jika pesan bersifat tertulis, maka penerima perlu membaca secara seksama agar pesan yang disampaikan sesuai dengan apa yang penerima baca.

5. Evaluasi dan Efektivitas

Berdasarkan hasil penelitian peneliti dilapangan dapat dikatakan bahwa dari segi Kanwil Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III sebagai pemberi sosialisasi masih sangat kurang karena ketidak merataannya sosialisasi dan kurangnya sosialisasi kepada semua kalangan. Seperti yang dikatakan informan bahwa informan sebagai pengusaha tidak pernah mendapatkan undangan khusus dari DJP untuk menghadiri sosialisasi

“sejauh ini sih saya gak pernah dapet sosialisasi secara khusus, dan saya belum pernah mempelajari secara khusus pengampunan pajak tapi memang informasinya belum langsung ke wajib pajaknya cuma secara global lewat baliho lewat iklan kalo secara khusus belum pernah mendapatkan (wawancara pada tanggal 7/2/2017 pukul 14.10 WIB di Jl. Soekarno Hatta Blok A No.5, Jatimulyo)

Sebagai program nasional seharusnya ada strategi-strategi untuk memberikan sosialisasi secara efektif sehingga apa yang sudah dilakukakan DJP untuk sosialisasi mendapatkan hasil. Segmentasi sosialisasi pada setiap periode yang telah di tentukan DJP seharusnya dapat dijalani dengan maksimal sehingga hasilnya sesuai dengan target.



Informan sebagai wajib pajak seharusnya memiliki kesadaran bahwa membayar pajak untuk pembangunan negara itu penting dan kepekaan terhadap hal-hal mengenai perpajakan yang dapat mempengaruhi usahanya. Tidak selalu harus pemerintah yang mendatangi dan menjelaskan secara langsung, karena kebijakan perpajakan seperti tax amnesty apabila dimanfaatkan dengan baik dapat menguntungkan kedua belah pihak pemerintah sebagai pengolah keuangan negara dan pengusaha yang mendapatkan keuntungan dari hasil usahanya dan masih belum melaporkan harta-hartanya.

6. Analisis Sosialisasi *Tax Amnesty* yang dilakukan Kanwil Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III.

Sosialisasi merupakan suatu proses dari perkembangan individu yang terus terjadi selama hidup kita, sosialisasi bukan hanya menekan pada proses perkembangannya saja, sosialisasi juga menekan pada hubungan dengan orang lain dalam pembentukannya yaitu disposisi perilaku dan hubungan dengan orang lain, bukan hanya keluarga tetapi juga orang-orang yang berinteraksi dengan orang tersebut. Melalui sosialisasi masyarakat akan saling mengetahui peran masing-masing dalam masyarakat, dan kemudian dapat berperilaku sesuai dengan peranan sosial masing-masing dan juga tepat seperti yang diharapkan dalam norma-norma sosial yang ada mereka akan dapat saling menyelaraskan serta menyesuaikan perilaku masing-masing sewaktu melakukan interaksi-interaksi sosial. Setiap individu memerlukan komunikasi dengan orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam proses komunikasi tersebut akan



menggunakan kata-kata, bahasa, simbol-simbol, gambar agar orang yang diajak berkomunikasi (komunikasikan) dapat mengerti pesan apa yang disampaikan oleh orang yang menyampaikan pesan (komunikator).

Dapat diartikan apabila penyampaian-penyampaian pesan dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dapat mempengaruhi persepsi dan minat orang lain. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan suatu teori komunikasi yang digunakan adalah komunikasi David K. Berlo, saat ia mengemukakan pada bukunya yang berjudul *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice* pada tahun 1960. Berlo (1960:1). Model komunikasi Berlo ini dikenal dengan model SMCR yaitu dari *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (penerima). Berdasarkan hasil penelitian dari peneliti, persiapan yang dilakukan Humas Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III saat melakukan sosialisasi *tax amnesty* melakukan kegiatan yang sudah rutin dilakukan sebelum memulai suatu pekerjaan yaitu mempersiapkan diri sebelum dan saat melakukan sosialisasi juga mendata penerima sosialisasi.

Memberikan informasi yang tepat sasaran, akurat dan memberikan pengertian atau respon yang baik terhadap wajib pajak yang mengajukan pertanyaan. Sosialisasi *tax amnesty* tersebut sudah menjadi kegiatan rutin selama berjalannya program *tax amnesty*. Sosialisasi *tax amnesty* ini berkerjasama dengan kepolisian, kejaksaan, asosiasi profesi, asosiasi pengusaha, asosiasi UMKM, perbankan, kalangan akademisi dan komunitas. Sosialisasi yang dilakukan berupa sosialisasi secara langsung yang dibantu dengan beberapa alat



bantuan seperti LCD, yang berisikan video untuk mengajak atau mengimbau masyarakat tentang adanya program *tax amnesty*. Sosialisasi ini juga berlaku secara bertatap muka agar masyarakat lebih mudah dalam melakukan tanya jawab disetiap meja disekitar tempat sosialisasi yang dinamakan *Helpdesk* atau melalui kring pajak atau *tax amnesty service*. Media saluran juga dapat menunjang sosialisasi kepada masyarakat.

Media saluran yang digunakan Humas Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III ini berupa website, situs resmi Direktorat Jendral Pajak, online marketplace, media cetak seperti koran, majalah, brosur, spanduk, banner, umbul-umbul. Apabila ada masyarakat yang kurang memahami saat sosialisasi dilakukan, masyarakat dapat menanyakan secara langsung melalui Kantor Pelayanan Pajak (KPP) di setiap wilayah daerahnya.

Sasaran dari sosialisasi ini adalah masyarakat yang sebagai wajib pajak yang belum melaporkan hartanya kepada negara. Wajib pajak harus memiliki pemahaman dan harus menjadi pendengar yang baik saat sosialisasi atau saat mendengarkan berita mengenai *tax amnesty*. Apabila wajib pajak tidak mendengar dengan baik saat penyampaian pesan disosialisasi wajib pajak akan mudah lupa dengan penyampaian saat sosialisasi berlangsung. Saat dilakukan sosialisasi *tax amnesty* oleh Humas Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III ini penerima sosialisasi antusias dan tidak heran bahwa penerima sosialisasi akan lebih memahami manfaat dari program *tax amnesty* dibandingkan yang hanya mendapatkan informasi melalui media-media cetak, iklan atau berita.



Tarif yang berbeda-beda setiap periodenya membuat wajib pajak yang berminat mengikut *tax amnesty* segera mempersiapkan dokumen yang dibutuhkan untuk mengikuti *tax amnesty* agar tidak mendapatkan tarif yang besar diakhir periode. Adapula yang segera menghubungi konsultan pajak untuk segera mengurus *tax amnesty*. Dilain pihak yang tidak memahami merasa bahwa regulasi pelaksanaan *tax amnesty* cukup membingungkan sehingga membuat wajib pajak enggan mengikuti *tax amnesty*.

Sosialisasi yang dilakukan oleh Humas Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III seharusnya memiliki persiapan yang lebih, semisalnya mempersiapkan jangka waktu yang lebih panjang sebelum menetapkan adanya program *tax amnesty* agar sosialisasi dapat dipahami dengan tepat oleh wajib pajak, mempersiapkan ilmu dalam berkomunikasi dan ilmu menghadapi berbagai karakter dari wajib pajak. Walaupun jumlah petugas pajak tidak lebih banyak dibandingkan dengan jumlah populasi di Indonesia yang sudah mencapai ratusan juta. Seharusnya petugas pajak juga mempelajari ilmu manajemen penyuluhan agar petugas pajak siap dalam menyiapkan sosialisasi atau penyuluhan. Antara lain petugas pajak sebelum melakukan sosialisasinya harus merencanakan terlebih dahulu materinya seperti apa dan pesertanya seperti apa karena karakter peserta mempengaruhi metode atau cara memberikan sosialisasinya.

Menentukan skala prioritas pada saat sosialisasi dengan melihat kelompok jenis wajib pajak mana yang tingkat kepatuhannya masih rendah atau kelompok jenis usaha apa yang kontribusi pembayaran pajaknya paling rendah sepertinya kurang efektif. Kelompok wajib pajak yang tingkat kepatuhannya atau



kontribusinya paling rendah diprioritaskan untuk diberikan sosialisasi baru kemudian kelompok yang lain diberi sosialisasi secara berjenjang. Kesalahan menentukan skala prioritas akan menjadikan kegiatan yang diadakan tidak efektif menurut peneliti. Begitu banyak peraturan perpajakan yang akan dijadikan materi saat sosialisasi sehingga sebaiknya diringkas menjadi materi yang mudah dipahami tetapi tanpa menghilangkan substansinya. Materi juga harus selalu dilakukan evaluasi secara berkala sesuai perkembangan, dibaca dan dibaca lagi agar isinya tidak tertinggal karena biasanya akan dipakai wajib pajak sebagai acuannya.

D. Persepsi Pengusaha Terhadap Program *Tax Amnesty*.

1. Pengetahuan dan Pemahaman Wajib Pajak

Wajib pajak pengusaha semestinya harus memiliki pengetahuan dan pemahaman yang mudah untuk diterima pikiran agar bisa memberikan respons terhadap pesan. Persepsi pengusaha terhadap program amnesti pajak ini seharusnya sama dengan apa yang disosialisasikan DJP selama ini. Berikut ini adalah hasil dari wawancara peneliti dengan informan selaku pengusaha di Kota Malang :

Informan I

“saya memiliki usaha konveksi *clothing* ini sudah 4 tahun sejak tahun 2013 awal, Saya ya tau *tax amnesty* itu pengampunan pajak aja sih tau dari kantor pajak. Dan saya tidak mengikuti *tax amnesty*, sejauh ini sih saya gak pernah dapet sosialisasi secara khusus, dan saya belum pernah



mempelajari secara khusus pengampunan pajak tapi memang informasinya belum langsung ke wajib pajaknya cuma secara global lewat baliho lewat iklan kalo secara khusus belum pernah mendapatkan. selama saya menjalani usaha ini saya selalu bayar pajak sesuai apa yang harus dibayar selaku pengusaha konveksi ya mbak, seperti ppn atas barang ditoko saya, pbb toko, mobil, pajak penghasilan saya. Saya ya tau *tax amnesty* dari kantor pajak. menguntungkan buat orang-orang yang ga pernah bayar pajak, toh saya bayar pajak terus.” (wawancara pada tanggal 7/2/2017 pukul 14.10 WIB di Jl. Soekarno Hatta Blok A No.5, Jatimulyo)

Informan II

“saya usaha kuliner *food and beverage* sudah berjalan dari tahun 2014, saya dapat info *tax amnesty* dari sosial media, tv. Saya tidak mengikuti *tax amnesty* masih mau cari tau dulu kaya gimana *tax amnesty* karna saya tidak pernah dapet sosialisasi secara khusus. Saya cuma tau itu pengampunan pajak aja sih tahun pertama sekian persen tahun kedua sekian persen, dan saya ga pernah cari tahu juga soal *tax amnesty*. Saya punya konsultan juga sih buat nanganin ini jadi atas nama cv buat bayar-bayar pajak usahanya” (wawancara pada tanggal 7/2/2017 pukul 15.10 WIB di Jl. Soekarno Hatta PTP I No 1, Mojolangu)

Informan III

“usaha kuliner restoran sudah 5 tahun menjalankan usaha ini. Saya memahami *tax amnesty* dari media televisi web dan dari koran. Kalo kami ada utang ya kami ikut *tax amnesty* kami kan ga ada utang jadi ya gak ikut, dan belum pernah ada sosialisasi secara khusus sih. *tax amnesty* sih bisa dipelajari ya. Buat *tax amnesty* pandangannya sih buat yang nunggak pajak itu hal yang baik ya intinya ada cara atau ada sarana untuk jadi taat wajib pajak ya kan banyak ya orang udah ketakutan duluan takut nanti gimana-gimana program tersebut takutnya kalo saya lapor ntar dikiranya gimana-gimana ya. Ini padahal kan kaya pemutihan ya. So far usaha saya baik-baik ya jadi ya kita ga ikut *tax amnesty*.” (wawancara pada tanggal 7/2/2017 pukul 16.30 WIB di Jl. W.R. Supratman, Rampal Celaket, Klojen)



Informan IV

“Usaha yang saya jalani ada banyak ya mbak, ada tempat les, dan restoran, sudah berjalan hampir 8 tahun. Saya tau amnesti itu dari berita dan kebetulan saya pernah dateng juga sih ke sosialisasi di ABM, sebentar aja sih waktu itu tapi saya udah mengerti maksud amnesti ini apa dan akhirnya saya ikut waktu itu lagi periode dua ya, ya menurut saya lumayan lah ya ada amnesti ini saya sebagai pemilik usaha terbantu ada beberapa yang belum saya lapor udah saya lapor jadi ga ada beban lagi. Gatau lebih dalam karena kami ada konsultan juga yang mengurus. Dampaknya ya lebih terbantu aja ya secara pajaknya. Kesulitan ya ga ada juga.” (wawancara pada tanggal 8/2/2017 pukul 10.00 WIB di Jalan terusan candi kalasan, Blimbing)

Informan V

“Bidang usaha jasa salon dan barbershop sudah berjalan 4 tahun saya tau *tax amnesty* untuk sekarang saya tidak ikut kemungkinan bulan depan saya ikut Saya tahu *tax amnesty* dari berita dan internet sih paling saya paham ya dari berita. Gak ada sosialisasi secara khusus sih paling surat edaran aja yang saya dapet dari toko di kirim ke toko waktu itu. Saya belum tau *tax amnesty* gimana ya. *tax amnesty* yang setau saya pengampunan pajak jadi ketika orang memiliki harta atau usaha yang belum dilaporkan dan sekarang pemerintah membuka program ini jadi buka supaya pajak-pajak sebelumnya dihapus.” (wawancara pada tanggal 8/2/2017 pukul 15.00 WIB di Jln. MT.Haryono)

Informan VI

“jadi bidang usaha yang saya jalani ini adalah bidang usaha kuliner sudah 6tahun, punya di kota lain juga samarinda, surabaya, sidoarjo, tau *tax amnesty* dari berita di koran dan portal berita online, saya tidak mengikuti *tax amnesty* ya Menurut saya *tax amnesty* itu sebenarnya ditujukan untuk pengusaha-pengusaha besar yang memiliki aset diluar negeri tetapi karena akan susah kalo dikhususkan seperti itu maka dari itu dibikin kebijakan *tax amnesty* yang akhirnya seluruh masyarakat harus mengikuti agar menjangir pengusaha-pengusaha besar tersebut.” (wawancara pada tanggal 9/2/2017 pukul 20.44 di Jalan Bromo 1A Klojen)

Informan VII

“Usaha perdagangan jual-beli mobil bekas dan baru, sejak tahun 2006. Cuma di Malang aja usahanya tapi ada 2 usaha disini dan di depan sana mbak. Dapat info *tax amnesty* dari berita-berita itukan sudah gencar. Kita ikut program *tax amnesty* kita tau dari berita, kora, dan surat edaran dari kantor pajak kalau ada program *tax amnesty* seperti itu. Setau saya *tax amnesty* itu kalo saya usaha pribadi ya perorangan dari bulan apa itu



sampe bulan maret. Dari situ emang kita berniat ikut *tax amnesty* soalnya kan fungsinya membenarkan aset-aset yang belum dilaporkan supaya kita pembayaran pajaknya lebih *real* ya terbantu juga disampin *tax amnesty* juga ada *sunset policy*, *sunset* jugakita ikut kemarin ada nilai yang kurang-kurang bayar itu kita bayarkan di *sunset* juga ya lebih jujur ajalah pajaknya. Kalo regulasinya ya memang saya kurang paham, kebetulan kita ada konsultan juga panadangan saya ya kalo bisa *tax amnesty* ini di manfaatkan sebaik mungkin jadi itukan kesempatan kita untuk memperbaiki laporan-laporan pajak kita. Misalnya ada aset yang baru kita beli pertengahan tahun kita laporkan seperti itu. Dampak *tax amnesty* ga ada ya Cuma kita lebih ringan laporannya jadi ga seribet biasanya dengan *tax amnesty* jadi ada diskon lah. Kesulitannya juga ga ada normal-normal aja.” (wawancara pada tanggal 11/2/2017 pukul 09.00 di Jalan Letjen. Sutoyo No.99, Pagentan, Singosari, Malang)

Informan VIII

“Sudah sejak 1985 banyak ya usahanya ga perlu saya sebutin, saya tahu amnesti ini dari mana-mana berita, website atau dijalan-jalan. Saya ikut, kena 2%. Paham nya ya saya belajar dan ikut sosialisasi dari bank-bank dan DJP 3(tiga) kali ada undangannya langsung untuk sosialisasi ke saya, Tidak sulit untuk memahami amnesti, ini satu kesempatan baik untuk pemerintah dan untuk pengusaha juga. Kalo dibilang terbantu ya terbantu, mematuhi peraturan pemerintah. Tidak ada kesulitan yang saya alami selama mengikuti amnesti, dampak dari amnesti baik semua jadi ikut aturan pemerintah.” (wawancara pada tanggal 18/2/2017 pukul 10.00 di Jalan MT. Haryono No. Malang)

Hasil dari wawancara peneliti dengan kedelapan informan tersebut, hampir semua jawabannya memiliki kesamaan. Informan tersebut mengetahui informasi mengenai *tax amnesty* ini rata-rata dari media massa, internet dan berita dan juga beberapa informan mengatakan mendapatkan surat edaran mengenai adanya *tax amnesty* dari Direktorat Jendral Pajak. Pemahaman informan mengenai *tax amnesty* sebagian besar informan hanya mengetahui *tax amnesty* sebagai pengampunan pajak saja dan sebagian mengetahui bahwa adanya tarif-tarif pada periode juga manfaat dari *tax amnesty* ini. Wawancara ini setelah peneliti melakukan penelitian dapat menyimpulkan bahwa sebagian informan sebagai pengusaha masih belum memahami *tax amnesty* dari segi manfaat, cara



mengikuti, dan perundang-undangan yang berkaitan tentang *tax amnesty*. Karena sebagian besar informan mengakui bahwa mereka taat terhadap pajak sehingga tidak berpengaruh besar terhadap usaha yang dijalankannya. Dan sebagian informan mengatakan bahwa mereka memahami manfaat *tax amnesty* ini karena mereka berminat untuk mengikuti.

2. Tindakan pengusaha menghadapi *tax amnesty*

Tindakan yang dilakukan pengusaha ini bervariasi sebagian besar dari pernyataan informan kepada peneliti mengatakan tidak ada persiapan karena sejauh mereka melakukan bidang usahanya masing-masing mereka sudah mengetahui pajak apa saja yang harus dibayarkan sehingga tidak ada hutang pajak yang harus dibayarkan dan tidak ada aset yang harus dilaporkan ke kantor pajak. Dan sebagian informan mengatakan bahwa mereka antusias terhadap program ini karena sangat membantu mereka yang belum melaporkan hartanya dengan menanyakan ke kantor pajaknya secara langsung atau menanyakan kepada konsultan mereka apa itu *tax amnesty* dan cara mengikutinya. Sehingga informan bisa menjadi wajib pajak yang taat. Seperti yang dikatakan oleh Humas Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III.

“antusiasme bisa dilihat dari pertanyaan yang muncul yang dilontarkan kepada kami saat sosialisasi, maupun yang tidak saat sosialisasi yaitu melalui telepon kita ada call center untuk amnesti. Periode banyak yang bertanya, karena kan masih baru butuh paham jadi kami senang walaupun misalnya beliaunya gak ikut tapi kan paling tidak sudah minat untuk tau apa itu amnesti. Itu kami anggap sebagai antusiasme dan minat mereka tau lebih jauh mengenai amnesti.” (wawancara pada tanggal 1/2/2017, pukul 11.00 WIB di Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III)



Direktorat Jendral Pajak memiliki layanan *call center* yang dikhususkan untuk wajib pajak yang ingin mengetahui program *tax amnesty* atau melalui nomor telepon kantor pelayanan pajak terdekat.

3. Analisis Persepsi Pengusaha Terhadap Program Tax Amnesty

Menurut Bimo Walgito (2002: 87) mengemukakan bahwa persepsi seseorang merupakan proses aktif yang memegang peranan, bukan hanya stimulus yang mengenainya tetapi juga individu sebagai satu kesatuan dengan pengalaman-pengalamannya, motivasi serta sikapnya yang relevan dalam menanggapi stimulus. Dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah suatu proses seorang menyeleksi, menginterpretasikan dan mengatur masukan informasi dan pengalaman yang ada kemudian menafsirkan untuk menciptakan gambaran memiliki arti.

Faktor yang mempengaruhi persepsi dibedakan menjadi 2 (dua) faktor yaitu faktor fungsional dan struktural. Faktor fungsional adalah faktor yang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal lain yang termasuk faktor-faktor personal. Faktor ini yang menentukan persepsi adalah obyek-obyek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi. Yang menentukan persepsi adalah karakteristik orang yang memberikan respon pada stimuli tersebut bukan bentuk atau jenis stimuli. Sedangkan faktor struktural adalah faktor yang berasal semata-mata dari sifat stimulus fisik terhadap efek-efek syaraf yang ditimbulkan pada sistem saraf individu menurut David Krech dan Ricard Crutfield dalam

Jalaludin Rahmat (2007:55). Berdasarkan hasil penelitian dari peneliti, Pengusaha di Kota Malang atas usahanya seharusnya memiliki pengetahuan dan pemahaman yang mudah diterima pemikiran agar bisa memberikan respon terhadap pesan.

Kedelapan informan hampir semua memiliki kesamaan dalam jawaban, informan mengetahui tentang adanya program *tax amnesty*. Sebagian besar informan juga mengetahui ketentuan dari program *tax amnesty* seperti periode nya, tarifnya, manfaatnya, dan waktu jatuh temponya. Dalam cara megajukannyapun beberapa informan sudah dapat mengerti sesuai dengan undang-undang yang berlaku dalam program *tax amnesty*.

Sebagian besar informan ternyata sudah mengetahui adanya program *tax amnesty*. Informan juga mengetahui bahwa ketentuan dari perundang-undangan *tax amnesty* yang diterbitkan tahun 2016 ini dan langsung diberlakukan saat di terbitkan. Tindakan pengusaha menghadapi program *tax amnesty* ini sebagian ada yang tidak merasa terbantu tetapi ada juga yang merasa terbantu dengan adanya program *tax amnesty* ini. Beberapa kasus ada yang memiliki usaha yang memang sejak dijalankan usaha tersebut wajib pajak mengatakan taat terhadap setiap pajak yang harus dibayarkan dan aset yang dimiliki sudah di laporkan sehingga wajib pajak berpandangan bahwa program *tax amnesty* menguntungkan bagi pengusaha-pengusaha besar saja dan tidak adil apabila mereka mengikuti program *tax amnesty*. Terlihat pula dari beberapa wajib pajak yang memiliki pengetahuan atau pemahaman yang kurang terhadap *tax amnesty* ini sehingga mereka enggan untuk melakukan kewajibannya sebagai pemilik usaha. Saat peneliti menelusuri beberapa usaha yang sudah umum diketahui warga sekitar terlihat penolakan dari



pemilik usaha untuk diwawancarai terkait kepemilikan usahanya. Penolakan yang terjadi di sebagian pemilik usaha di Kota Malang ini dikarenakan mereka berpersepsi bahwa ini adalah sifatnya rahasia dan wajib pajak tersebut enggan diwawancara karena wajib pajak takut data wajib pajak akan diketahui orang lain apalagi mengenai program *tax amnesty*.

Persepsi lain dari wajib pajak yang memiliki pengetahuan dan pemahaman program *tax amnesty* yang tepat sesuai yang dijalankan oleh pemerintah berpendapat bahwa ini adalah program yang baik dan menguntungkan untuk semua pihak terutama pengusaha dan pemerintah itu sendiri. Selain membuat wajib pajak yang tidak taat menjadi taat terhadap pajak juga membuat semua wajib pajak dikenakan pajak yang sama rata sesuai usaha yang dijalankan setelah program ini berakhir. Sehingga tidak ada kecemburuan sosial atas apa yang dibayarkan pengusaha kepada pemerintah.

E. Minat Pengusaha Untuk Mengikuti *Tax Amnesty*

Sosialisasi melalui sarana media *online* dan media massa sangat mempengaruhi minat wajib pajak untuk mengikuti *tax amnesty*, namun pemahaman terhadap program tersebut pastinya masih kurang. Oleh karena itu pemberian materi yang tepat sasaran sesuai dengan wajib pajak penerima sosialisasi program amnesti pasti akan menciptakan pemahaman terkait materi sosialisasi yang diberikan oleh petugas, maka sangat diharapkan wajib pajak akan memenuhi kewajiban perpajakannya dengan baik, yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan kedisiplinan. Saat petugas pajak memberikan respon, keyakinan



dan empati kepada wajib pajak akan informasinya terkait peraturan perundang-undangan dipastikan akan mewujudkan rasa puas terhadap wajib pajak. Kemudian senantiasa membantu wajib pajak dari petugas pajak sangat berpengaruh terhadap minat para wajib pajak. Kesiapan untuk merespon setiap permintaan wajib pajak pun diperhitungkan oleh petugas pajak maupun wajib pajaknya. Kepastian memberikan informasi kepada wajib pajaknya berpengaruh terhadap rasa aman berinteraksi dan saat berinteraksi antara wajib pajak dan petugas pajak. Ketepatan materi yang disampaikan, jumlah audience yang menerima sosialisasi juga mempengaruhi minat wajib pajak untuk mengikuti program *tax amnesty*, waktu pelaksanaan sosialisasi dan pengelompokan jenis usaha pada saat sosialisasi sebagai cara mempengaruhi minat wajib pajak untuk mengikuti program *tax amnesty* ini. Namun beberapa informan sebagai pengusaha di Kota Malang mengatakan mereka tidak pernah menghadiri acara sosialisasi yang dilakukan oleh Kantor Wilayah Direktorat Jendral Pajak Jawa Timur III dikarenakan kesibukan wajib pajak tetapi mereka mendapatkan surat edaran mengenai adanya program *tax amnesty* dan mendapatkan info-info lain mengenai program *tax amnesty* dimedia-media lokal Kota Malang. Sehingga tetap menumbuhkan minat beberapa untuk mengikuti program *tax amnesty*.

1. Minat pengusaha

Seperti yang di ungkapkan beberapa informan tentang minatnya untuk mengikuti program *tax amnesty*.



Informan IV

“minat sih sudah ada dari awal tapi masih nanya-nanya sih jadi waktu itu baru ikut pas udah periode dua itu diurus konsultan. Pelayanan pajak sekarang sudah maju ya dulu kan masih ribet gitu mbak.” (wawancara pada tanggal 8/2/2017 pukul 10.00 WIB di Jalan terusan candi kalasan, Blimbing)

Informan VII

“emang berniat ikut *tax amnesty* soalnya kan fungsinya membenarkan aset-aset yang belum dilaporkan supaya ikut pembayaran pajak.” (wawancara pada tanggal 11/2/2017 pukul 09.00 di Jalan Letjen. Sutoyo No.99, Pagentan, Singosari, Malang)

Informan VIII

“ya saya ikut memang minat. Satu kesempatan baik untuk pemerintah dan pengusaha.” (wawancara pada tanggal 18/2/2017 pukul 10.00 di Jalan MT. Haryono No. Malang)

Dari jawaban informan diatas dapat dikatakan bahwa informan yang sudah memiliki pemahaman sesuai perundang-undangan dan memiliki aset yang belum dilaporkan memiliki antusiasme dan minat untuk menjadi wajib pajak yang taat terhadap pajak.

Beberapa informan juga memiliki alasan ketidak ikut sertaan mereka pada program *tax amnesty*

2. Tidak Minat Pengusaha

seperti yang diungkapkan beberapa informan tentang ketidak minatannya informan terhadap *tax amnesty*.



Informan I

“selama saya menjalani usaha ini saya selalu bayar pajak sesuai dengan apa yang harus dibayar selaku pengusaha konveksi mbak, seperti ppn atas barang ditoko saya, pbb toko, mobil, pajak penghasilan saya. Jadi ga ada lagi harta saya yang harus dilaporkan”. (wawancara pada tanggal 7/2/2017 pukul 14.10 WIB di Jl. Soekarno Hatta Blok A No.5, Jatimulyo)

Informan II

“Saya tidak mengikuti *tax amnesty* masih mau cari tau dulu kaya gimana *tax amnesty* karna saya tidak pernah dapet sosialisasi secara khusus.” (wawancara pada tanggal 7/2/2017 pukul 15.10 WIB di Jl. Soekarno Hatta PTP I No 1, Mojolangu)

Informan III

“Kalo kami ada utang ya kami ikut *tax amnesty* kami kan ga ada utang jadi ya gak ikut.” (wawancara pada tanggal 7/2/2017 pukul 16.30 WIB di Jl. W.R. Supratman, Rampal Celaket, Klojen)

Informan V

“saya tau *tax amnesty* untuk sekarang saya tidak ikut kemungkinan bulan depan saya ikut.” (wawancara pada tanggal 8/2/2017 pukul 15.00 WIB di Jln. MT.Haryono)

Informan VI

“saya tidak mengikuti *tax amnesty* ya Menurut saya *tax amnesty* itu sebenarnya ditujukan untuk pengusaha-pengusaha besar yang memiliki aset diluar negeri.” (wawancara pada tanggal 9/2/2017 pukul 20.44 di Jalan Bromo 1A Klojen)

Dari jawaban informan dapat dikatakan bahwa beberapa informan yang peneliti wawancara sebagian besar mereka tidak mengikuti *tax amnesty* karena informan menaati pajak yang berlaku selama usahanya berlangsung, salah satu informan ada yang masih belum memahami maksud dan manfaat *tax amnesty* sehingga masih menganggap bahwa *tax amnesty* hanya ditujukan kepada pengusaha besar yang memiliki aset yang belum di laporkan di luar negri dan ada



beberapa informan yang masih mempelajari *tax amnesty* sehingga ada kemungkinan mereka mengikuti *tax amnesty* pada bulan berikutnya.

3. Regulasi pelaksanaan *tax amnesty*

Regulasi pelaksanaan *tax amnesty* terhadap kemudahan pengusaha menjadi salah satu pengaruh minat dari wajib pajak berdasarkan hasil penelitian peneliti dilapangan bahwa regulasi *tax amnesty* ini dapat dikatakan mudah seperti yang dikatakan oleh

Infoman VII

“Kesulitannya juga ga ada normal-normal aja. Regulasinya mudah ga ada yang dipersulit” (wawancara pada tanggal 11/2/2017 pukul 09.00 di Jalan Letjen. Sutoyo No.99, Pagentan, Singosari, Malang)

Informan VIII

“Tidak ada kesulitan yang saya alami selama mengikuti amensti, semua lancar mudah dimengerti cuma antri aja pas di kantor pajaknya” (wawancara pada tanggal 18/2/2017 pukul 10.00 di Jalan MT. Haryono No. Malang)

Dari pernyataan informan diatas dapat dikatakan bahwa selama berjalannya program *tax amnesty* regulasinya sudah baik tidak ditemukan kesulitan sehingga wajib pajak yang mengikuti program *tax amnesty* ini merasa puas dan dapat menimbulkan pandangan baik terhadap DJP. Pelayanan yang mudah juga sebagai pengaruh kepuasan dan kepatuhan dari wajib pajak adalah sosialisasi yang dilakukan dari wajib pajak. Sosialisasi sangat diperlukan agar menumbuhkan pemahaman dan tidak ada lagi wajib pajak yang terhalang untuk menjalankan



kewajiban perpajakannya, karena merasa sulit dengan regulasi dan pelayanan karena ketidakpahaman mereka atas peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan pemerintah. Peran aktif petugas pajak dalam melaksanakan sosialisasi terhadap kebijakan pemerintahan yang terbaru, sehingga wajib pajak dapat segera melaksanakan sesuai dengan ketentuannya. Sosialisasi secara gencar yang dilakukan petugas pajak dapat meningkatkan kesadaran dari masyarakat untuk patuh terhadap kewajibannya sebagai wajib pajak.

4. Pendapat wajib pajak terhadap pelayanan petugas pajak

Pendapat wajib pajak terhadap pelayanan petugas pajak dalam melayani memiliki kesamaan dari beberapa informan telah diwawancara peneliti, seperti informan ke VII

“Pelayanan cukup baik karena sekarang petugas pajak sudah gak kaya dulu lebih ramah orang-orangnya lebih enak diajak ngobrol dan konsultasi. Dulukan kesannya takut sama pajak sekarang engga, mau tanya apa aja dijawab ramah sopan juga.” (wawancara pada tanggal 18/2/2017 pukul 10.00 di Jalan MT. Haryono No. Malang)

Seperti yang dipaparkan informan ke VII petugas pajak yang memiliki wawasan dan pengetahuan tinggi saat memberikan informasi-informasi dan melakukan komunikasi dengan baik dapat berpengaruh terhadap pemahaman wajib pajak. Sangat baik sekali sosialisasi personal seperti adanya call center dan *tax amnesty service*, walaupun menggunakan komunikasi telepon penyampaiannya jadi lebih jelas sesuai kebutuhan informasi dari wajib pajaknya.



5. Analisis minat pengusaha terhadap minat untuk mengikuti program *tax amnesty*

Menurut Jeong (2009) mengatakan bahwa minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan sejak lahir dan dapat berubah-ubah tergantung kebutuhan, pengalaman dan mode. Setiap manusia memiliki kebutuhan dan pengalaman yang berbeda-beda, tergantung tingkat pendidikan, usia, pekerjaan dan keinginan masing-masing. Seperti halnya minat untuk mengikuti program *tax amnesty*. Berdasarkan hasil penelitian dari peneliti, tanggapan yang baik dan mutu pelayanan dari petugas pajak kepada wajib pajak berpengaruh besar dalam menciptakan kepuasan wajib pajak dan menjadikan pengalaman yang menimbulkan citra baik di masyarakat. Masyarakat sebagai wajib pajak merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh petugas. Apabila petugas pun profesional terhadap sikapnya dan menerapkan visi misi DJP sebagai salah satu instansi pemerintahan yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan kedisiplinan bagi wajib pajak itu sendiri.

Faktor timbulnya minat menurut Crow and Crow (1982) dalam Purwanto (2004), terdiri dari tiga faktor yaitu faktor dorongan dari dalam, faktor motif sosial dan faktor emosional. Berdasarkan penelitian oleh peneliti dilapangan, Faktor dorongan dari dalam dapat terjadi apabila dari individu wajib pajak itu sadar akan pentingnya membayar pajak untuk pembangunan negara apabila tidak adanya kesadaran maka dapat dikatakan wajib pajak tersebut tidak minat untuk menjadi taat. Faktor motif sosial ini timbul apabila sosialisasi yang didapat sampai kepada wajib pajak dan menimbulkan pengetahuan sehingga wajib pajak mengetahui



maksud, tujuan dan keuntungan dari program *tax amnesty* sehingga menimbulkan minat untuk mengikuti *tax amnesty*. Faktor emosional dapat terjadi pada saat petugas pajak memberikan respon yang ramah, empati dan keyakinan kepada wajib pajak secara tepat sasaran akan informasi yang terkait peraturan perundang-undangan dipastikan dapat menimbulkan rasa puas dan senang terhadap wajib pajak. Ketersediaan senantiasa untuk membantu wajib pajak dari petugas pajak sangat berpengaruh terhadap wajib pajak dan kedisiplinan para wajib pajak.

Ketanggapan untuk merespon dari permintaan wajib pajak pun di perhitungkan oleh petugas pajak maupun wajib pajaknya. Kejelasan dalam menjawab pertanyaan wajib pajak juga akan mempengaruhi minat wajib pajak untuk mengetahui lebih dalam terhadap informasi *tax amnesty* yang selanjutnya dapat menimbulkan minat untuk mengikuti *tax amnesty*. Kepastian memberikan informasi kepada wajib pajakpun berpengaruh terhadap rasa aman berinteraksi dan saat bertransaksi antara wajib pajak dan petugas pajak. Wajib pajak beranggapan apabila penampilan fisik dari petugas pajak yang sopan, ramah, rapi, dan bersih sangat mendukung mereka sebagai wajib pajak dalam melakukan kewajiban perpajakannya.

Antusiasme wajib pajak terhadap *tax amnesty* saat diberlakukannya undang-undang pengampunan pajak menimbulkan persepsi yang beragam di mata wajib pajak yang menimbulkan pertanyaan-pertanyaan yang beragam diberbagai media sosialisasi *tax amnesty* yang telah disediakan petugas. Namun, dalam pelaksanaannya pertanyaan yang dilontarkan oleh wajib pajak pada awal diberlakukannya undang-undang pengampunan pajak masih banyak petugas pajak



yang belum menyelaraskan jawabannya sehingga wajib pajak masih banyak yang belum berminat. Seiring berjalannya waktu petugas dapat menyelaraskan jawabannya demi kenyamanan wajib pajak.

Pelayanan yang sangat berpengaruh untuk mempengaruhi kepatuhan dari wajib pajak adalah sosialisasi yang dilakukan oleh berbagai pelaku pemerintahan untuk mensukseskan program *tax amnesty*. Sosialisasi sangat diperlukan agar tidak ada lagi wajib pajak yang terhalang untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya. Petugas juga harus meningkatkan sosialisasinya diberbagai media yang memiliki potensi dilihat oleh wajib pajak agar dapat meningkatkan minat wajib pajak untuk mengikut program-program kebijakan pemerintah seperti program *tax amnesty* dan meningkatkan kesadaran dari masyarakat untuk patuh terhadap kewajibannya sebagai wajib pajak. Sebelum melakukan sosialisasi Humas DJP Kanwil Jawa Timur III membuat rencana melakukan rapat untuk menyusun materi apa yang akan di sampaikan.

Sebelum dilakukannya sosialisasi petugas pajak memberikan pemahaman umum tentang perpajakan terlebih dahulu seperti pemahaman perpajakan, pembuatan NPWP dan pentingnya membayar pajak. Selanjutnya akan diikuti dengan sosialisasi mengenai program *tax amnesty* sesuai dengan sasaran penerima sosialisasi agar sosialisasi yang dilakukan mudah dimengerti dan memberikan pandangan yang sama sesuai dengan perundang-undangan, agar tidak ada perbedaan persepsi antara petugas dan wajib pajak. Media cetak dan online juga gencar memberikan informasi mengenai *tax amensty* agar menimbulkan minat wajib pajak untuk selanjutnya dapat mengikuti *tax amnesty*. Menggunakan tokoh-



tokoh berpengaruh di Kota Malang merupakan strategi penyampaian informasi yang baik dengan melibatkan Walikota Malang, dan memungkinkan minat wajib pajak untuk merespon tanggapan dengan baik.

Menurut Soderlund dan Ohman (2003) Minat adalah rencana yang muncul ketika seseorang melakukan aktivitas yang berorientasi ke masa depan, seperti perencanaan untuk mencoba suatu produk terlebih dahulu, kapan akan membeli, serta apabila seseorang merasa puas terhadap suatu produk, maka pada tingkat yang lebih jauh akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

Beberapa wajib pajak yang peneliti wawancara, setelah adanya sosialisasi ini wajib pajak yang belum melaporkan hartanya kepada pemerintah dominan mengikuti *tax amnesty* karena wajib pajak takut akan mendapatkan hutang pajak yang besar dan menjadi kesempatan untuk menjadi wajib pajak yang taat terhadap pajak. Wajib pajak juga merasa dengan adanya *tax amnesty* ini tidak ada lagi kecemburuan sosial yang selama ini ada diantara wajib pajak khususnya pengusaha di Kota Malang. Tetapi dilain hal persiapan pemerintah dengan meluncurkan program besar seperti *tax amnesty* ini masih sangat kurang DJP sendiri mengatakan produk-produk turunan dari perundang-undangan masih belum siap seiring berjalannya program *tax amnesty*. Pemerintah seharusnya mempersiapkan secara matang kebutuhan-kebutuhan umum dan khusus dari program ini dan memberikan jangka waktu yang panjang untuk sosialisasi sebelum diberlakukannya program ini, sehingga menumbuhkan pemahaman dan minat wajib pajak terlebih dahulu agar dapat mensukseskan program *tax amnesty*.



BAB 5

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan analisis data yang telah di bahas dan diuraikan pada bab IV, peneliti dapat menarik kesimpulan, yaitu:

1. Sosialisasi *tax amnesty* atau pengampunan pajak yang dilakukan oleh Humas Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Jawa Timur III mulai dari persiapan sosialisasi, pelaksanaan sosialisasi secara umum oleh Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak yang kemudian disalurkan ke seluruh Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak di di Indonesia, media saluran sebagai alat bantu, dan sasaran yang ditujukan. Sosialisasi atau penyuluhan dengan memberitahu kebijakan baru pengampunan pajak, undang-undang yang mengaturnya, cara mengajukan, tarif dan jangka waktunya. Kemudian melakukan sekmentasi tempat dan penerima sosialisasi agar sosialisasi yang dilakukan tepat sasaran. Media sosialisasi berita televisi menjadi salah satu media yang paling memberikan banyak informasi *tax amnesty* terhadap wajib pajak. Sasaran utama dari program ini adalah wajib pajak yang belum melaporkan hartanya kepada negara.
2. Pengusaha orang pribadi sebagai yang di teliti oleh peneliti ini telah mengetahui adanya program *tax amensty*. Sebagian besar juga mengetahui



ketentuan dari program tax amnesty seperti periode, tarif, manfaat dan waktu jatuh temponya.

Dalam pengajuannya pun beberapa informan sudah dapat mengerti sesuai dengan undang-undang yang berlaku dalam program *tax amnesty*.

Menghadapi program tax amnesty ini persepsi wajib pajak pun bervariasi, sebagian besar merasa tidak diuntungkan dengan adanya program ini, karena wajib pajak sudah taat pajak sehingga tidak ada lagi aset yang harus dilaporkan. sebagian besar merasa terbantu dengan adanya program ini sehingga pengusaha bisa menjadi pengusaha yang taat terhadap pajak.

3. Pelayanan dan tanggapan baik yang dilakukan oleh petugas pajak terhadap respon wajib pajak sangat berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak akan patuh terhadap peraturan yang ada. Wajib pajak merasa puas apabila petugas pajak profesional dalam menjalankan tugasnya, menyampaikan informasi dengan bahasa yang mudah dimengerti dan tertata dengan baik.

Pelayanan yang dilakukan petugas pajak saat memberikan empati, respon dan keyakinan dalam menjelaskan suatu informasi secara tepat dan benar dapat menimbulkan rasa puas dan senang sehingga dapat meningkatkan

kedisiplinan terhadap wajib pajak. Masih adanya perbedaan dan ketidakselarasan jawaban dari petugas pajak terhadap pertanyaan menjadikan kurangnya minat terhadap program ini. Jangka waktu yang singkat untuk sosialisasi sebelum di tetapkannya program ini juga menjadi faktor kurangnya minat wajib pajak terhadap program *tax amnesty*.



B. Saran

Berdasarkan temuan masalah dan kendala, maka peneliti mengajukan beberapa saran yang mungkin dapat di ambil sebagai bahan masukan.

Beberapa saran tersebut antara lain:

1. Saran untuk Humas Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Jawa Timur III sebaiknya memperluas penyebaran berita terkait adanya sosialisasi yang akan dilakukan dalam jangka waktu yang lama sebelum diadakan sosialisasi. Menjelaskan lebih detail dan terperinci pada surat edaran yang diberikan kepada wajib pajak terkait informasi *tax amnesty* yang ada tidak hanya berita mengenai adanya sosialisasi tapi isi dari informasi juga dimasukan di surat edaran seperti mekanisme untuk mengikuti, cara perhitungan dan pembayarannya, sehingga pengusaha paham dan apabila masih belum mengerti wajib pajak bisa datang di sosialisasi yang akan dilaksanakan atau menghubungi langsung Direktorat Jenderal Pajak melalui kring pajak atau *tax amensty service*.
2. Sosialisasi secara langsung yang dilakukan oleh Humas Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Jawa Timur III terkadang terhalang oleh waktu dan jam pelaksanaan yang terbentur oleh jam kerja wajib pajak sehingga tidak jarang sosialisasi yang dilakukakan sepi peserta, sebaiknya Humas Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Jawa Timur III menggandeng asosiasi pengusaha-pengusaha di Kota Malang untuk berkerjasama, biasanya asosiasi tersebut memiliki waktu untuk berkumpul saat itu Humas Kanwil Direktorat



Jenderal Pajak Jawa Timur III masuk untuk memberikan penyuluhan secara langsung sehingga informasi yang diberikan tepat sasaran.

3. Saran untuk Direktorat Jenderal Pajak adalah agar lebih mempersiapkan secara matang sebelum menjalankan suatu kebijakan baru yang memiliki target besar, seperti mempersiapkan produk-produk turunan selain undang-undang untuk memperkuat suatu kebijakan. memberikan pemahaman yang terintegrasi dan selaras kepada petugas sehingga setiap pertanyaan wajib pajak dapat dijawab dengan jawaban yang sama, penting untuk melakukan sosialisasi sebelum memutuskan untuk memulai suatu kebijakan, pemahaman dan pandangan wajib pajak yang sesuai undang-undang terhadap kebijakan tersebut sangat mempengaruhi minat wajib pajak.

4. Saran untuk wajib pajak sebaiknya lebih peka terhadap informasi baru mengenai perpajakan karena kebijakan-kebijakan baru yang diberikan oleh pemerintah bisa mempengaruhi usaha yang wajib pajak milik



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Ed Revisi VI*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Berlo, D. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Cobham, A. (2005). *Taxation policy and development*. England: The Oxford Council on Good Governance.
- Devano, S. (2006). *Perpajakan Konsep, Teori, dan Isu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dunn, N. (2003). *Pengantar Analisis Kebijakan Publik (Edisi Kedua, Purwanto, dkk ed.)*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Fauzan, Almanshur, & Djunaidi, G. (2012). *Metodologi Penelitian kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Goffman, E. (1961). *Essays on the Social Institution of Mental Patients and Other Inmates*.
- Hutagaol, J. (2007). *Perpajakan Isu-isu Kontemporer*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Jeong, J. (2009). *Effects of Exposure Time to Travel Information Sources on Familiarity, Destination Image, and Intention to Visit*. University of Florida.
- Kelley, Patrick, & Oldman, O. (1973). *Reading on Income Tax Administration*. New York: The Foundation Press, Inc.
- Mangkunegara, A. P. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Mardiasmo. (2009). *Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2009*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Marsuni, H. L. (2006). *Hukum dan Kebijakan Perpajakan di Indonesia*. Yogyakarta: UII Press.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3 (Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press ed.)*. USA: Sage Publications.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Namawi, H. (2012). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Notoatmodjo, S. (2007). *Pendidikan dan Perilaku kesehatan. Cetakan 2*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Purwanto, N. (2004). *Psikologi Pendidikan*. Bandung: Rosda Karya.



Ragimun. (2013). *Analisis Implementasi Pengampunan Pajak (Tax amnesty) di Indonesia*. Jakarta: Badan Kebijakan Fiskal Kemenkeu RI.

Rakhmat, J. (2007). *Persepsi dalam Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Press .

Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan*.

Republik Indonesia. (2016). *Peraturan Menteri Keuangan Nomor 118/PMK.03/2016 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Pengampunan Pajak*.

Republik Indonesia. (2016). *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Pengampunan Pajak*.

Resmi, S. (2011). *Perpajakan Teori dan Kasus Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba.

Richard, M. B., & Oldman, O. (1967). *Readings on Taxation in Developing Countries – Taxation and Technical Assisstance*.

Robbins, S. P. (2003). *Perilaku Organisasi (Jilid 1 ed.)*. Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia.

Satyagraha. (2016). *Prioritas Amnesti Pajak Adalah Wajib Pajak Besar*. Retrieved Oktober 21, 2016, from www.antaranews.com

Sawyer, A. (2006). *Targetting Amensties at Ingrained Evasion – a New Zealand Intiative Warranting Wider Consideration?* University of Canterbury

Schneider, Friedrich, Enste, & Dominik. (2002). *Hiding in the Shadows: The Growth of the Underground Economy*. International Monetary Fund.

Schlesinger, E. R. (1967). *Taxation and Technical Assisstance*.

Selvia, & Abriandi. (2012). *Pelaksanaan Ekstensifikasi dan Intensifikasi Pajak dalam Rangka Meningkatkan Penerimaan Pajak pada KPP Pratama Jakarta Kebayoran Baru Satu*. Jurnal Bisnis dan Komunikasi.

Silitonga, E. (2012). *Ekonomi Bawah Tanah, Pengampunan Pajak, dan Referendum*. Retrieved Oktober 21, 2016, from www.pajak.go.id

Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.

Soderlund, M., & Ohman, N. (2003). *Behavioral Intentions in Statisfaction Research Revisted*. Journal of Consumer Statisfaction, Disstatisfaction and Complaining Behavior 16.

Soeparman, & Soemahamidjaja. (1993). *Pajak Berdasarkan Asas Gotong Royong*. Bandung: PT Refika Aditama.

Strauss, Anselm , & Corbin, J. (2003). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.



Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 3 ed.). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 4 ed.). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 5 ed.). Bandung: Alfabeta.

Syah, M. (2003). *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Usman, Husaini, & Akbar, P. S. (2008). *Pengantar Statistika*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Walgito, B. (2002). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.

Waluyo. (2010). *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.