

## DAMPAK SOSIALISASI PERPAJAKAN BAGI PEMILIK USAHA PADA SEKTOR USAHA MIKRO DAN KECIL: FAKTOR PEMAHAMAN DAN KEPATUHAN PAJAK

**Andi Aziz Herlambang**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta  
[alazizzwitt@gmail.com](mailto:alazizzwitt@gmail.com)

**Erna Hernawati**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta  
[erna.hernawati@upnvj.ac.id](mailto:erna.hernawati@upnvj.ac.id)

**Ni Putu Eka Widiastuti**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta  
[putueka@upnvj.ac.id](mailto:putueka@upnvj.ac.id)

Diterima 23 April 2018

Disetujui 06 Desember 2018

*Abstract - This research is using qualitative research method with interpretive paradigm and phenomenologist approach that aims to know and explain the impact of tax socialization for Micro dan Small Business sector (MSE) owner in improving the understanding and compliance of SME sector tax and understanding of tax amnesty along with business owners' compliance. Informants were selected randomly with the criteria of the micro and small sectors present in the printing industry in Kecamatan Cilandak, South Jakarta. In addition, the Extension Section of KPP Pratama Jakarta Cilandak is used as supporting informant to process triangulation of information obtained from the business owner. All datas were obtained through direct interview techniques, with the addition of observation and documentation techniques for specific informants. The results of this research prove that the socialization of taxation can provide an impact for increased understanding of SME sector tax and business owners' compliance of taxes along with tax amnesty. Although for some informants there are still some reasons or motives that sometimes hinder the impact, accompanied by an indirect impact on factors which are not directly experienced by certain informants.*

**Keywords - Tax Socialization, Tax Amnesty, Understanding of Taxpayers, Tax Compliance, the SME's**

### I. Pendahuluan

Dalam perkembangan perekonomian, Indonesia memiliki banyak sekali sentra industri kecil sampai menengah yang tersebar luas di setiap provinsi yang ada. Efektivitas produksi industri Usaha Mikro Kecil di DKI Jakarta sangat luar biasa, bahkan mengalahkan Provinsi Jawa Tengah. Meskipun dalam jumlah yang tergolong besar, namun produksinya ternyata kecil untuk ukuran sentra yang memiliki banyak industri (Data Tabel BPS, 2017). Hal ini terjadi karena meskipun secara jumlah masih di bawah, namun dikarenakan tingkat konsumsi masyarakat DKI Jakarta yang tinggi, tingkat produksi para pelaku UMK yang ada juga akan semakin besar seiring dengan laju permintaan dan penawaran yang tinggi di pasar. Dengan banyaknya produksi yang dihasilkan tersebut, tentunya sedikit banyak telah memberikan kontribusi yang besar bagi peningkatan penghasilan para pemilik UMK tersebut.

Bahkan, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KUKM) menyatakan bahwa kontribusi KUKM yang termasuk di dalamnya koperasi mencapai kurang lebih 57 persen dari PDB (Produk Domestik Bruto). Tenaga kerja yang berhasil diserap ternyata berjumlah sekitar 101 juta orang dan jumlah unit usaha yang ada mencapai sekitar 55 juta unit (DJP, 2012). UMKM merupakan salah satu sektor usaha yang tidak terkena dampak dari adanya inflasi dan krisis ekonomi dunia. UMKM jugalah yang menjadi urat nadi dan tulang punggung perekonomian masyarakat Indonesia, baik dari lapisan masyarakat bawah, menengah, maupun atas sekalipun. Ibarat jamur yang tumbuh subur, UMKM akan terus ada di dalam kegiatan perekonomian masyarakat selama masih ada kesempatan yang besar di dalamnya.

Namun, tidak serta merta para pelaku UMKM setuju dan mau untuk melakukan pembayaran pajak tersebut. Banyak yang masih enggan dan bahkan menolak atau resisten terhadap pajak yang berlaku bagi usaha yang mereka jalankan. Meskipun telah diterbitkan Peraturan Pemerintah yang mengatur khusus tentang permasalahan pajak UMKM ini, namun keengganan tersebut tetap masih ada di benak mereka (Henley, dalam harian Republika, 2017).

Hal tersebut patut menjadi perhatian yang besar, mengingat Wajib Pajak UMKM masih sangat sedikit dari total UMKM yang ada di seluruh Indonesia, 600 ribu Wajib Pajak berbanding lurus dengan total perkiraan yang mencapai 59 juta unit (Henley, 2017). Bahkan, jika melihat dari sisi kepatuhan pajak, hanya sampai pada ratusan ribu pelaku usaha yang patuh dan pada tahun pajak 2015 saja hanya 397 ribu dari total UMKM, yang melakukan penyampaian Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) (DDTC News, 2017). Refleksi yang terjadi tentu membuat penerimaan pajak khususnya pada sektor UMKM tersebut jauh dari ekspektasi yang diharapkan.

Cukup mengecewakan kontribusi sektor UMKM bagi penerimaan pajak secara keseluruhan. Seharusnya, seperti yang telah diketahui bersama bahwa sektor UMKM tersebut memiliki pengaruh yang besar dalam porsi PDB Negara Indonesia. Namun justru perusahaan kategori besar yang menjadi kontributor terbesar penerimaan pajak meskipun memiliki porsi PDB yang lebih kecil dan rentan terhadap masalah inflasi dan permasalahan global lainnya.

Begitu pula dengan permasalahan yang terjadi berkenaan dengan adanya program *tax amnesty*. Pelaksanaan *tax amnesty*, meskipun berhasil namun tetap meninggalkan berbagai *problem*, di mana pada akhirnya akan mengurangi tingkat kepatuhan itu sendiri. Seperti yang tercantum dalam harian liputan6.com (2017), Menteri Keuangan Republik Indonesia, Sri Mulyani menyatakan bahwa target pajak hasil *tax amnesty* belum tercapai dengan maksimal, dan kontribusi hasilnya terhadap PDB sendiri juga masih di bawah 50 persen.

Problematika kian kompleks khususnya yang terjadi pada sektor UMK. Meskipun secara umum mendukung adanya *tax amnesty*, namun di lain sisi permasalahan yang timbul membuat sektor UMK masih banyak yang enggan mengikuti *tax amnesty*. Seperti adanya permasalahan teknis di lapangan, kurang pemahannya aturan akan *tax amnesty*, tata cara penghitungan dan pengungkapan harta yang masih belum paham, bahkan kemalasan dari para pemilik UMK itu sendiri menjadi faktor permasalahan di dalam penerapan program *tax amnesty* pada sektor UMK (Dikutip dalam portal berita pengampunanpajak.com; katadata.co.id; dan forum ortax, 2016).

Salah satu cara yang tepat dalam rangka meningkatkan penerimaan pajak, dan juga pada *tax amnesty* itu sendiri, terutama yang terjadi pada sektor UMKM yaitu dengan melalui sosialisasi perpajakan. DJP telah banyak melakukan sosialisasi tersebut, dan dilakukan dengan berbagai macam cara dan juga bentuk.

Seperti dengan melakukan seminar atau acara diskusi masalah pajak (DJPnews, 2015), mengadakan kelas pajak (ortax, 2016), sosialisasi secara tatap muka langsung, iklan layanan

masyarakat di televisi, radio, maupun di media cetak dan internet, *workshop*, sosialisasi dalam *Car Free Day*, sosialisasi pada website [www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id) (DJParticle, 2016), bahkan sosial media telah digunakan sebagai tempat sosialisasi perpajakan terbaru yang dilakukan oleh Ditjen Pajak. Kemudian berkaitan dengan sosialisasi *tax amnesty*, tokoh penting seperti Menkeu dan Presiden RI sekalipun ikut serta mengadakan sosialisasi yang dimaksud dengan bentuk acara-acara yang diselenggarakan oleh DJP (DDTCNews, 2017).

Sehingga dari adanya sosialisasi-sosialisasi yang telah dilakukan tersebut, diharapkan akan memberikan pemahaman dan kepatuhan bagi pemilik usaha sektor UMK untuk membayar pajak dan lebih paham akan arti penting pajak bagi pembangunan Negara Indonesia. Namun, berdasarkan hasil wawancara awal dengan pemilik usaha sektor UMK bidang usaha percetakan di Kecamatan Cilandak, ternyata ditemukan bahwa masih adanya ketidakpatuhan dalam membayar pajak.

Meskipun sebelumnya telah dilakukan sosialisasi secara langsung dari pegawai pajak setempat, selama sekitar hampir 2 tahun pengusaha mikro tersebut tetap tidak membayar pajak atas hasil usahanya tersebut, dengan berbagai macam alasan yang menyertainya. Di sisi lain, seorang pemilik UMK lainnya pada bidang industri yang sama, tanpa ada sosialisasi secara langsung dari pegawai pajak setempat beliau telah dapat memiliki kesadaran yang begitu besar akan pajak yang beliau bayarkan.

Berdasarkan beberapa kutipan wawancara di atas, beserta pengamatan langsung yang diadakan pada lokasi penelitian, peneliti menemukan fakta bahwa masih adanya permasalahan yang cukup kentara terkait dengan sosialisasi perpajakan yang terjadi. Dampak perpajakan seperti apa yang dirasakan para pemilik usaha sektor UMK dalam memberikan pemahaman dan kepatuhan pajak. Apakah telah sesuai dengan Peraturan yang berlaku, atau sosialisasi perpajakan yang ada hanya sebuah kesia-siaan semata. Sehingga di dalam penelitian ini, peneliti mencoba memberikan gambaran lebih lanjut atas dampak sosialisasi perpajakan yang sesungguhnya dirasakan dan dialami dari sudut pandang pemilik usaha sektor UMK, khususnya yang berada dalam wilayah atau lokasi penelitian.

Dengan demikian, dari adanya fenomena di atas, peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang dirasakan memiliki kesenjangan penelitian di dalamnya. Sehingga dapat menjadi literatur tambahan pada proses pembuatan penelitian ini. Di antaranya adalah dari Putri dan Pratomo (2014) dan Warouw, et.al. (2015). Kemudian untuk jurnal Internasional, peneliti menggunakan penelitian dari Ndekwa (2014) dan Atawodi & Ojeka (2012).

Penelitian terakhir menggunakan berasal dari Mutiah, et.al. (2011). Pada jurnal tersebut memfokuskan pada interpretasi pajak yang ada di sektor UMKM dari perspektif para pelaku UMKM tersebut. Dari metode penelitian yang digunakan dapat menjadi sebuah landasan bagi peneliti di dalam penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan dampak sosialisasi perpajakan bagi pemilik Usaha sektor Mikro dan Kecil (UMK) dalam meningkatkan pemahaman dan kepatuhan pajak sektor UMKM beserta pemahaman akan *tax amnesty* dan kepatuhannya bagi pemilik usaha tersebut. Secara garis besar berfokus pada perspektif pemilik usaha sektor UMK tentang adanya pajak UMKM dan *tax amnesty* beserta alasan-alasan yang menyertai kepatuhan dalam pembayaran pajak tersebut dan sosialisasi perpajakan untuk pajak sektor UMKM dan *tax amnesty* bagi faktor pemahaman dan kepatuhan pajak.

## II. Tinjauan Literatur dan Hipotesis

### Hasil Penelitian Sebelumnya

Mutiah, et.al. (2011) melakukan penelitian dengan judul “Interpretasi Pajak dan Implikasinya Menurut Perspektif Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Sebuah

Studi Interpretif)”. Pada penelitian tersebut, memfokuskan pada interpretasi dan implikasi dari adanya pajak itu sendiri berdasarkan perspektif para Wajib Pajak UMKM. Secara hasil, penelitian membuktikan bahwa secara garis besar telah mengetahui secara eksplisit mengenai arti pajak yang dibayarkan oleh mereka namun belum mampu mengimplikasikan pajak UMKM secara benar dengan banyak alasan yang menyertainya.

Secara singkat peneliti akan menggunakan beberapa poin dalam penelitian tersebut dan mereplikasikannya ke dalam penelitian ini. Terutama mengenai perspektif-perspektif yang muncul dalam menjawab permasalahan yang ada. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian Mutiah, dkk (2011) adalah pada letak objek penelitian yang berbeda, di mana peneliti mengambil sampel di DKI Jakarta secara umumnya, selain itu pula fokus masalah akan lebih dititikberatkan pada persepsi atas sosialisasi perpajakan dan pada sektor usaha yang hanya akan difokuskan pada sektor usaha Mikro dan Kecil saja.

Selanjutnya adalah dari Putri dan Pratomo (2014) yang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Help Desk Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cianjur)”. Pada penelitian tersebut memfokuskan terhadap pengaruh sosialisasi dan *Help Desk* terhadap peningkatan kepatuhan Wajib Pajak dengan pendekatan kuantitatif. Secara hasil ditemukan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara sosialisasi dan *Help Desk* pada peningkatan kepatuhan Wajib Pajak.

Dengan demikian secara data yang ditemukan di lapangan, menghasilkan kesimpulan bahwa variabel yang ada tidak memiliki pengaruh bagi kepatuhan pajak. Dari hasil tersebut menjadi dasar bagi peneliti dalam membuat penelitian ini, terutama karena pembahasannya yang sama, namun dengan tempat dan metode penelitian yang berbeda yaitu di DKI Jakarta secara umumnya dan menggunakan metode kualitatif. Selain itu pula, permasalahan yang ada akan lebih diarahkan pada perspektif pemilik UMK dalam memaknai dampak atas sosialisasi perpajakan.

Penelitian yang terakhir datang dari Warouw, et.al. (2015) yang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan SPT Tahunan Wajib Pajak Badan”. Pada penelitian tersebut memfokuskan terhadap pengaruh yang terjadi antara sosialisasi dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan pelaporan pada Wajib Pajak Badan. Secara hasil terlihat bahwa secara simultan kedua variabel memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan pelaporan SPT Wajib Pajak Badan. Namun, secara parsial ternyata sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap pelaporan.

Dari hasil yang ada, terlihat sama seperti yang terdapat pada penelitian Putri dan Pratomo (2014). Namun peneliti akan lebih memastikan hasilnya dengan metode yang berbeda dan dengan subjek pajak serta tempat penelitian yang berbeda pula. Hal ini bertujuan agar mendapatkan hasil yang lebih luas bagian pajak mana yang sosialisasinya memberikan kontribusi pada peningkatan kepatuhan dalam membayar pajak. Penelitian dari Warouw, et.al. (2015) ini juga menjadi bahan tambahan dalam memperkaya literatur terdahulu, terutama mengenai teori yang berkaitan dengan sosialisasi perpajakan dan kepatuhan Wajib Pajak.

### **Definisi Pajak**

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada Pasal 1 Ayat 1, menyatakan bahwa pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Sedangkan menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S.H., menyatakan bahwa pajak adalah iuran yang dipungut dari rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang-Undang yang berlaku (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan saat itu juga dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum negara (dalam Purwono, 2010, 7).

### **Pajak Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)**

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 di atas maksud dari diterbitkannya adalah dengan menimbang:

- a. Bahwa untuk memberikan kemudahan kepada Wajib Pajak Orang Pribadi dan Badan yang memiliki peredaran bruto tertentu, perlu memberikan perlakuan tersendiri ketentuan mengenai penghitungan, penyetoran, dan pelaporan Pajak Penghasilan yang terutang;
- b. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan untuk melaksanakan ketentuan Pasal 4 Ayat 2 Huruf e dan Pasal 17 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan perlu menetapkan Peraturan Pemerintah Tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu.

Dengan adanya pertimbangan diatas, termasuk penjelasan yang ditimbulkannya maka sesuai dengan Pasal 2 dijelaskan sebagai berikut:

- a. Atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu, dikenai Pajak Penghasilan yang bersifat final;
- b. Wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu sebagaimana yang dimaksud pada Ayat 1 adalah Wajib Pajak yang memenuhi kriteria sebagai berikut:
  - 1) Wajib Pajak Orang Pribadi atau Wajib Pajak Badan tidak termasuk bentuk usaha tetap; dan
  - 2) Menerima penghasilan dari usaha, tidak termasuk penghasilan dari jasa sehubungan dengan pekerjaan bebas, dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp. 4.800.000.000,00 (empat miliar delapan ratus juta rupiah) dalam 1 (tahun) pajak;
- c. Tidak termasuk Wajib Pajak Orang Pribadi sebagaimana dimaksud pada Ayat 2 adalah Wajib Pajak Orang Pribadi yang melakukan kegiatan usaha perdagangan dan/atau jasa yang dalam usahanya:
  - 1) Menggunakan sarana atau prasarana yang dapat dibongkar pasang, baik yang menetap maupun tidak menetap; dan
  - 2) Menggunakan sebagian atau seluruh tempat untuk kepentingan umum yang tidak diperuntukkan bagi tempat usaha atau berjualan.

### **Pemahaman Pajak**

Secara sederhana, pemahaman pajak dalam penelitian ini menggunakan definisi menurut Resmi (2009, dalam Tene, et.al 2017). Pemahaman pajak menurut Resmi (2009, 69) memberikan penjelasan bahwa pemahaman serta pengetahuan akan peraturan perpajakan adalah proses dimana Wajib Pajak mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan-pengetahuan tersebut untuk membayar pajak yang ada. Di mana yang dimaksud mengerti dan paham adalah Wajib Pajak atau non Wajib Pajak yang memahami ketentuan umum dan tata cara perpajakan, yang meliputi tentang bagaimana cara menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT), pembayaran, tempat pembayaran, denda, dan batas waktu pembayaran atau pelaporan SPT.



Dengan demikian, dapat diketahui bahwa seseorang dapat dikatakan mengerti dan paham, apabila telah mengetahui dan memahami cara menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT), pembayaran, tempat pembayaran, denda, dan batas waktu pembayaran atau pelaporan SPT. indikator-indikator itulah yang kemudian menjadi dasar dalam menganalisa setiap informasi yang diperoleh, apakah telah sesuai dengan prinsip atau indikator tersebut, di mana sebagian besar telah pula mengarah pada pemahaman akan hak dan kewajiban sebagai Wajib Pajak. Setidaknya, secara garis besar, konsep tersebut yang menjadi dasar utama dalam menganalisa informasi kunci yang didapatkan dalam penelitian ini, pemahaman akan hak dan kewajiban perpajakan mereka, sampai sejauh mana dampaknya menghasilkan pemahaman tersebut.

### **Sosialisasi Perpajakan**

Secara umum, Putri dan Pratomo (2014) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan adalah upaya dari pihak Direktorat Jenderal Pajak yang merupakan salah satu institusi di Kementerian Keuangan untuk memberikan pengertian, informasi dan pembinaan kepada masyarakat pada umumnya dan Wajib Pajak pada khususnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan dan perundang-undangnya.

Sehingga, segala bentuk pemberian informasi dan pembinaan masyarakat serta Wajib Pajak yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Pajak selaku institusi pemungut pajak mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan pajak dan segala proses yang diperlukan merupakan sosialisasi perpajakan atas pajak-pajak yang menjadi urusan Direktorat Jenderal Pajak.

### **Bentuk Sosialisasi Perpajakan**

Selanjutnya, Putri dan Pratomo (2014) menyatakan bahwa bentuk sosialisasi perpajakan merupakan kegiatan penyuluhan dan pelayanan pajak yang memegang peranan penting dalam upaya memasyarakatkan pajak dalam upaya kehidupan berbangsa dan bernegara. Dalam hal ini, negara memberikan perintah kepada pemerintah untuk menjalankan kewajiban pemungutan pajak kepada masyarakat.

Dari bentuk sosialisasi tersebut seperti yang diungkapkan dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor: SE-22/PJ.2007 tentang Penyeragaman Sosialisasi Perpajakan Bagi Masyarakat (Putri & Pratomo, 2014) menyatakan bahwa indikator sosialisasi perpajakan terdiri dari:

#### a. Media Informasi

Sumber informasi tentang pajak banyak bersumber dari media massa, namun media luar ruang juga menjadi sumber informasi pajak yang diperhatikan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut maka sebaiknya media informasi lebih banyak digunakan dalam sosialisasi perpajakan. Berikut adalah beberapa contoh media informasi yang dimaksud:

- 1) Media Televisi;
- 2) Media Koran;
- 3) Media Spanduk;
- 4) Media *Flyers* (Poster dan Brosur);
- 5) Media *Billboard/ Miniboard*;
- 6) Media Radio.

#### b. Slogan

Berikut adalah beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan slogan yang menjadi alat sosialisasi perpajakan kepada masyarakat secara luas:

1. Slogan yang digunakan hendaknya tidak boleh menakut-nakuti atau bersifat intimidasi, tetapi lebih bersifat ajakan.
  - 2) Slogan lebih ditekankan kepada kata “manfaat pajak” yang diperoleh.
  - 3) Contoh slogan yang memperoleh peringkat tertinggi karena memenuhi kriteria diatas: “Lunasi Pajaknya Awasi Penggunaannya”.
  - 4) Contoh slogan yang memperoleh peringkat tertinggi karena memenuhi Kriteria diatas: “Lunasi Pajaknya Awasi Penggunaannya”.
- c. Cara Penyampaian
- Penyampaian informasi perpajakan sebaiknya dilakukan dengan cara kontak langsung kepada masyarakat misalnya melalui seminar, diskusi, dan sejenisnya. Dalam penyampaian informasi tersebut sebaiknya menggunakan bahasa yang sederhana mungkin dan bukan bersifat teknis, sehingga informasi tersebut dapat diterima dengan baik.
- d. Kualitas Sumber Informasi
- Informasi tentang pajak dirasa masih sangat kurang oleh masyarakat. Sumber informasi yang dinilai informatif dan dibutuhkan secara urut adalah sebagai berikut:
- 1) *Call Center*;
  - 2) Penyuluhan;
  - 3) Internet;
  - 4) Petugas Pajak;
  - 5) Televisi;
  - 6) Iklan Bis;
- e. Materi Sosialisasi
- Materi sosialisasi yang disampaikan lebih ditekankan pada manfaat pajak, manfaat NPWP dan pelayanan perpajakan di masing-masing unit.
- f. Kegiatan Penyuluhan
- Dalam pelaksanaan kegiatan penyuluhan, yang penting diperhatikan adalah:
- 1) Metode yang digunakan adalah metode diskusi.
  - 2) Media yang dipergunakan adalah proyektor.
  - 3) Materi yang disampaikan adalah pengisian SPT dan pengetahuan perpajakan lainnya yang membantu.
  - 4) Penyuluh pembicara harus sudah menguasai materi.

### **Kepatuhan Pajak**

Putri dan Pratomo (2014) menyatakan bahwa kepatuhan pajak adalah kesediaan Wajib Pajak untuk memenuhi kewajiban pajaknya sesuai dengan aturan yang berlaku tanpa perlu diadakannya pemeriksaan, investigasi seksama, peringatan, ataupun ancaman dan penerapan sanksi baik hukum maupun administratif.

Dengan demikian kepatuhan diartikan sebagai kesediaan dan kesadaran masyarakat yang telah dinyatakan sebagai Wajib Pajak, atau telah sesuai dengan persyaratan atas Wajib Pajak yang telah ditentukan berdasarkan Undang-Undang yang berlaku dalam memenuhi kewajibannya membayar pajak.

### **Kriteria Wajib Pajak Patuh**

Kriteria Wajib Pajak Patuh sesuai dengan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 74/PMK.03/2012 Tentang Tata Cara Penerapan Wajib Pajak dengan Kriteria tertentu dalam Rangka Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak Bab II Pasal 2 yang menyebutkan (Putri dan Pratomo, 2014) sebagai berikut:

- a. Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan,

- b. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak,
- c. Laporan Keuangan diaudit oleh Akuntan Publik atau Lembaga Pengawasan Keuangan Pemerintah dengan pendapat Wajar Tanpa Pengecualian selama 3 (tiga) tahun berturut-turut, dan
- d. Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terakhir.

### ***Tax Amnesty***

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Pengampunan Pajak menyatakan bahwa Pengampunan Pajak atau *Tax Amnesty* adalah sebuah 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 tersebut.

Kemudian, Santoso (2009) sendiri mendefinisikan *Tax Amnesty* sebagai sebuah kebijakan yang ditawarkan untuk mengungkapkan semua penghasilan atau harta yang belum dilaporkan, membayar uang tebusan sebagai penalti, tak ada pengusutan atas jumlah yang dimintakan pengampunan, tambahan penerimaan bagi negara, dan mendorong kepatuhan sukarela. Dengan demikian, *Tax Amnesty* digunakan sebagai suatu cara yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan tingkat kepatuhan pembayaran pajak dengan menggunakan pengampunan kewajiban pajak yang terjadi di masa yang lampau.

### **III. Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengembangan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang mencari makna atas dampak sosialisasi perpajakan yang terjadi pada sektor Usaha Mikro dan Kecil (UMK) dari perspektif pemilik, yang dilakukan dengan paradigma interpretif dan pendekatan menggunakan fenomenologi transendental. Hal tersebut telah sesuai dan mereplikasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh Mutiah, et.al. (2011), di mana pada dasarnya sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif interpretif dengan pendekatan fenomenologi.

*Cresswell* (dalam Ahmadi, 2014, 16) menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu proses inkuiri dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi-metodologi tradisional yang jelas dalam rangka mengeksplorasi fenomena-fenomena yang terjadi pada masalah sosial atau manusia. Peneliti membangun sebuah gambaran rumit yang holistik atau menyeluruh, menganalisis kata-kata yang didapatkan, melaporkan pandangan-pandangan informan secara mendetail, dan melakukan studi dalam latar alamiah.

Sehingga peneliti menggunakan pendekatan fenomenologis sebagai cara dalam proses pemahaman selanjutnya dari fenomena-fenomena yang muncul. Karena makna yang timbul tersebut merupakan fenomena esensial bagi para pemilik UMKM yang menjadi partisipan penelitian. Terutama untuk beberapa fenomena yang membutuhkan pengalaman langsung dari para partisipan, seperti yang ada di dalam penelitian ini. Sehingga keberadaannya perlu diperjelas, berikut adalah beberapa penjelasan singkat pada pendekatan fenomenologi tersebut.

Menurut Adian (2010, 145), menyatakan bahwa fenomenologi merupakan sebuah studi tentang fenomenon-fenomenon apa saja yang tampak. Fenomena sendiri secara literal berarti apa yang tampak (*phainomenon*, dari bahasa Yunani), dari yang menampakkan diri (*phainesthai/ phainomai/ phainein*). Dalam konteksnya, fenomenologi dapat dipahami sebagai apa yang tampak dalam kesadaran.



Berdasarkan penjelasan di atas, fenomenologi merupakan sebuah pendekatan yang penting dalam setiap penelitian kualitatif, karena menjadi dasar bagi setiap peneliti untuk dapat menganalisa lebih dalam atas fenomena-fenomenon yang tampak. Sebelum membahas lebih dalam terkait hal tersebut, mengenai jenis pendekatan fenomenologi apa yang digunakan, dan alasan penerapannya, terlebih dahulu akan peneliti jelaskan sedikit tentang paradigma interpretif. Paradigma yang menjadi dasar dalam penerapan studi yang dilakukan di dalam penelitian ini, dapat dilihat dalam penjelasan di bawah ini.

Paradigma interpretif, menurut *Pace & Faules* (1994, dalam Mulyana, 2013) seorang subjektivis memandang suatu realitas sebagai proses kreatif yang memungkinkan seseorang untuk menciptakan ketidakteraturan. Karena pada dasarnya dunia dan semua aspeknya tidak terstruktur, maka manusialah yang menciptakan struktur tersebut, bukan struktur yang menentukan (perilaku) manusia. Dengan kata lain, manusia bebas untuk memilih tindakan yang dapat merubah struktur. Struktur tersebut dapat berupa peran-peran dan aturan-aturan yang dimana manusialah yang akan mengisi dan melaksanakannya. Sementara Mulyana (2013, 32) sendiri menyatakan bahwa kaum subjektivis menjelaskan makna mengenai perilaku dan menafsirkan apa yang orang lakukan. Sehingga peneliti mencoba memahami perilaku seseorang dalam kebiasaan, pengalaman dan tindakan melalui sebuah fenomena yang terjadi.

Dengan demikian, berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti akan mengangkat fenomena berdasarkan perspektif pemilik mengenai pajak sektor UMKM dan *tax amnesty* yang terkadang dapat menjadi permasalahan bagi mereka dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya. Pengalaman, dan juga keseharian pemilik sektor UMK dalam melaksanakan kewajiban perpajakan kembali menjadi alasan mengapa pendekatan fenomenologi menjadi penting di dalam pelaksanaan penelitian ini.

### **Objek Penelitian**

Objek yang akan diteliti adalah permasalahan-permasalahan apa saja yang timbul di dalam penelitian ini. Pada dasarnya, seperti yang telah diungkapkan di atas, permasalahan yang timbul merupakan fenomena-fenomenon tertentu yang menjadi dasar bagi setiap masalah yang muncul ke permukaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa objek pada penelitian ini telah sama dengan fokus penelitian yang ada sebelumnya.

### **Subjek Penelitian**

Selain objek penelitian, terdapat pula subjek dalam penelitian ini. Selain itu, subjek penelitian diperlukan agar data yang didapatkan dapat diolah dan dianalisa dengan baik karena subjek dianggap mampu memahami dengan baik fenomena dan permasalahan yang ada serta memiliki informasi-informasi penting yang dibutuhkan.

Dengan demikian, subjek penelitian dapat dikatakan adalah peneliti itu sendiri beserta informan-informan yang terkait. Informan-informan yang terkait adalah pihak-pihak yang masuk ke dalam fokus dan juga lokasi penelitian. Pendekatan dengan cara tersebut diperlukan agar subjek yang ada tidak memberikan informasi yang luas dan harus sesuai dengan tujuan awal penelitian. Dengan demikian informan yang dimaksud adalah:

- a. Pemilik Usaha Mikro dan Kecil dan/atau pihak manajerial dari usaha tersebut yang sekiranya mengetahui informasi yang dibutuhkan, termasuk ke dalam sektor industri percetakan, dan berada di wilayah cakupan Jakarta Selatan, khususnya pada wilayah Kecamatan Cilandak.
- b. Pegawai pajak yang ditunjuk atau sebagai representatif dari KPP Pratama Jakarta Cilandak, Jakarta Selatan, sebagai informan pembantu.

### **Instrumen Penelitian**

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara dengan struktur pertanyaan terbuka, di mana pertanyaan yang diajukan akan tetap berisikan pertanyaan-pertanyaan yang telah disesuaikan dengan tujuan dan fokus awal penelitian. Selain wawancara, penelitian juga menggunakan teknik dokumentasi-dokumentasi kepada para informan yang telah dipilih berdasarkan kriteria-kriteria yang ada. Untuk mendukung kedua teknik atau instrumen penelitian di atas, serta dalam rangka pengujian keabsahan atas data-data dan informasi yang diperoleh, diperlukan teknik ketiga sebagai penyeimbang di antara keduanya. Teknik observasi atau pengamatan secara langsung atas diri informan, dan lingkungan sekitar serta tempat kerjanya, kemudian dipilih dan menjadi penting untuk dilakukan dalam penelitian.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data sendiri yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan teknik pengumpulan data menurut Mutiah, et.al. (2011). Penjelasanannya adalah sebagai berikut:

a. Survei Pendahuluan dan Kepustakaan

Dilakukan dengan mencari informasi pendahuluan mengenai permasalahan yang sebenarnya terjadi di lapangan, dalam penelitian ini survei pendahuluan berupa wawancara pra-riset kepada pemilik UMK yang menjadi subjek penelitian, dokumentasi data-data sekunder awal dalam rangka pencarian masalah dan memperkuat fenomena yang ada, serta mencari teori-teori awal yang dibutuhkan sebagai kerangka dasar pembuatan penelitian menggunakan kajian pustaka serta dari literatur-literatur terdahulu.

b. Pengumpulan Data Lapangan

Pengumpulan data lapangan merupakan pengumpulan data yang ditujukan kepada informan-informan yang dipilih sesuai dengan lokasi penelitian dan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Pada tahapan ini, pengumpulan data memfokuskan pada penyelesaian permasalahan dan mengaitkannya kembali dengan fenomena-fenomena yang terjadi.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, berdasarkan model analisis dari *Miles and Huberman* (dalam Sugiyono 2014, 334) yang mengemukakan bahwa aktivitas-aktivitas yang digunakan dalam analisis data kualitatif menggunakan *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), dan *conclusion drawing/ verification* (kesimpulan/ verifikasi). Segala aktifitas yang ada perlu diperhatikan sistematikanya agar dapat menghasilkan analisis dan pembahasan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya pada lapangan.

### **Teknik Keabsahan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi dalam proses keabsahan datanya, di mana pada dasarnya, triangulasi yang dilakukan dengan membandingkan dan memfokuskan pada proses validasi data berdasarkan sumber-sumber penelitian yang sesuai dengan objek dan fokus penelitian seperti yang telah tercantum di atas. Pada penelitian ini, triangulasi yang digunakan adalah jenis triangulasi sumber dan teknik. Validasi dilakukan berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi pada informan lain yang sesuai dan dapat digunakan sebagai perbandingan, dapat dilakukan berdasarkan informasi antar informan baik kunci dan pembantu, maupun informan lain yang berada di kisaran keduanya, seperti orang

sekitar, pekerjaanya, dan lain sebagainya. Kredibilitas dari suatu data akan meningkat apabila semakin banyak kesamaan yang muncul di antara masing-masing data yang keluar dari informan-informan tersebut.

Kemudian untuk triangulasi teknik, dilakukan dengan membandingkan data antara dokumentasi, wawancara; baik hasil maupun catatan langsung di lapangan, serta dapat digunakan observasi sebagai cara triangulasi. Bila terdapat perbedaan yang besar dan jauh dari data utamanya, maka informasi dari suatu data tidak dapat dipakai dan harus mencari data utama dari informan yang berbeda untuk kemudian dicocokkan kembali dengan sumber informan yang sama seperti pada informan yang digunakan pada proses triangulasi sebelumnya.

#### IV. Hasil dan Pembahasan

##### Dampak Sosialisasi Perpajakan Terhadap Peningkatan Kepatuhan Pajak

Informan menyatakan bahwa keadaan tersebut tidak berjalan semestinya di lapangan, karena masih banyak masyarakat yang malas dan *memandel* dalam memenuhi kewajiban perpajakannya tersebut. Sosialisasi yang *intens*, bahkan sampai turun langsung ke lapangan masih perlu dilakukan sehingga persentase penerimaan yang ada tidak dapat dijadikan tolak ukur secara keseluruhan atas keberhasilan suatu sosialisasi perpajakan, terutama yang telah dilakukan oleh KPP Pratama Jakarta Cilandak. Karena pada kenyataannya, banyak faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan atas suatu sosialisasi, sehingga perlu dipelajari lebih mendalam atas faktor-faktor lainnya tersebut.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, peneliti akan membahas dampak sosialisasi perpajakan, dan mengetahui seberapa besar keberhasilannya, dalam dua sudut faktor penentu penting yang selalu dibicarakan di setiap penelitian terdahulu. Faktor-faktor tersebut adalah kepatuhan dan pemahaman pajak. Pemilihan tersebut tidak lepas dari adanya Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor: SE-98/PJ/2011, yang menjelaskan bahwa administrasi perpajakan Indonesia yang menganut *self assessment system* menuntut peran aktif Wajib Pajak secara mandiri dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Agar mampu memenuhi kewajiban perpajakan tersebut dengan baik, Wajib Pajak harus memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik tentang hak dan tata cara memenuhi kewajiban perpajakannya.

Penyuluhan atau sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya dan proses memberikan informasi perpajakan untuk menghasilkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap masyarakat, dunia usaha, aparat, serta lembaga pemerintah maupun non pemerintah agar terdorong untuk paham, sadar, peduli, dan berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban perpajakan yang ada. Dengan demikian berdasarkan petunjuk teknis tersebut, sosialisasi penting bagi peningkatan pengetahuan dan pemahaman serta mendorong faktor-faktor lainnya berupa kesadaran, kepedulian, dan turut aktif berkontribusi dalam satu kesatuan yang dinamakan sebuah kepatuhan atas pajak, menjadikan faktor-faktor tersebut sangat penting untuk dibahas selanjutnya.

Oleh sebab itu, seharusnya sosialisasi perpajakan yang ada perlu menyesuaikan diri supaya mampu mendorong masyarakat untuk paham, sadar, peduli, dan berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Namun dalam kenyataan di lapangan terkadang banyak aspek-aspek lain yang menghalangi sosialisasi perpajakan untuk memberikan dampak yang positif sesuai dengan teori di atas. Aspek-aspek tersebut yang kemudian menjadi bahasan penting dalam sub bab ini, yang selanjutnya kembali dihubungkan dengan teori-teori serta kajian pustaka yang ada untuk menggambarkan keadaan yang sebenarnya yang terjadi di lapangan. Dampak sosialisasi perpajakan, menjadi kenyataan yang harus disadari dalam perjalanan perpajakan di Indonesia.

Berdasarkan pandangan untuk informan pertama dalam sektor mikro, informasi-informasi yang didapatkan melalui sosialisasi sebagai sebuah cara untuk merubah kebiasaan, dari sebelumnya tidak patuh menjadi patuh, “Kemungkinan bisa juga merubah kebiasaan kita dari yang sebelumnya nggak bayar, sekarang jadi bayar pajaknya, seperti itu menurut saya dampaknya”. Sedangkan untuk informan kedua, beliau berpendapat bahwa sosialisasi perpajakan saat ini mampu “Memberikan kesadaran baru, terutama bagi generasi muda, dan untuk teknis membayar pajak juga semakin paham sehingga meningkatkan keinginan informan dalam membayarkan pajaknya.”

Informan kedua terlihat aktif dalam menjalankan kewajibannya membayar pajak, dan konsultasi langsung ke kantor pajak apabila mengalami kesulitan dalam hal pembayaran pajaknya. Begitupula dengan yang terjadi pada informan ketiga dalam sektor usaha kecil. Secara tidak langsung beliau menyadari bahwa “Informasi sosialisasi menuntutnya untuk lebih aktif bertanya langsung kepada pegawai pajak atas kesulitan-kesulitan pajak yang dialami.”

Keaktifan tersebut juga dapat terlihat dari adanya bukti-bukti, yang meskipun beliau sendiri mengungkapkan kerisauannya atas kesulitan yang dialami, namun dengan adanya bukti-bukti dokumentasi pembayaran pajak tersebut dapat menguatkan asumsi atas diri informan tersebut sebagai Wajib Pajak yang telah patuh membayar pajak dengan baik dan benar. Sesuai dengan kajian pustaka yang tertera di atas, terutama pada kriteria Wajib Pajak Patuh, terlihat bahwa masing-masing informan memiliki dampaknya masing-masing bila dibandingkan setiap informasi yang didapat dengan kriteria tersebut.

Berikut akan dijelaskan kembali dari sudut pandang tiap-tiap informan:

- a. Berdasarkan informasi yang diterima dari informan pertama dalam sektor usaha mikro, terlihat bahwa kriteria tersebut tidak termasuk ke dalam informan pertama. Hal ini disebabkan oleh adanya fakta yang diungkapkan informan bahwa beliau tidak membayarkan kewajiban perpajakannya, dengan alasan-alasan yang menyertainya. Di mana alasan yang muncul adalah karena alasan lingkungan yang tidak membayar pajak, belum berbadan hukum, dan adanya semacam pemeriksaan atas usahanya tersebut menurut beliau tidak ada pajak yang perlu dibayarkan alias nihil. “Lagipula, sekitar 2 tahun yang lalu kira-kira ada seperti konsultan yang datang kemari mengadakan semacam perhitungan mengenai usaha ini, dan kata mereka sih ya, nihil ya, tidak ada pajak yang perlu dibayarkan.” Dengan demikian, secara langsung informasi yang didapatkan dari sosialisasi-sosialisasi yang ada ternyata tidak memberikan dampak bagi kepatuhan informan dalam membayarkan kewajiban perpajakannya.
- b. Pada informan kedua, terlihat bahwa kriteria di atas telah sesuai dengan seluruh informasi yang beliau ungkapkan dalam pembahasan-pembahasan. Terutama pada aspek-aspek kesediaannya dalam “Membayar pajak, tidak menunggak kewajiban perpajakannya dalam waktu tiga terakhir ini.” (meskipun ada sebelumnya, namun informan menyatakan bahwa hal tersebut telah diketahui oleh fiskus, dan telah mendapatkan izin untuk menunggak dan menunda pembayaran atas tunggakan yang ada), serta yang paling penting adalah karena tidak pernah terkena pidana atas kasus hukum perpajakan yang sebelumnya ada. Dengan demikian, diketahui bahwa pada informan kedua, sosialisasi telah memberikan dampak yang positif dalam meningkatkan kepatuhan pajak beliau, terutama dalam hal kesediaan untuk tahu lebih dalam dengan berkonsultasi secara langsung dengan kantor pajak.
- c. Sama halnya dengan yang terjadi pada informan ketiga, sesuai dengan kriteria-kriteria di atas, informan telah memenuhi setiap kewajiban perpajakannya dengan sangat baik, terutama alasannya yang “Harus patuh terhadap segala macam

*peraturan yang dibuat oleh pemerintah sebagai ulil ‘amri, apapun yang terjadi, seburuk apapun peraturan yang ada akan tetap dijalani,”* bahkan untuk masalah perpajakan sekalipun. Dan dengan tambahan dokumentasi-dokumentasi bukti pajak yang lainnya maka dapat dipastikan bahwa sosialisasi telah memberikan dampak yang positif dalam meningkatkan kepatuhan pajak beliau, sesuai dengan kriteria di atas, baik sosialisasi secara langsung maupun tidak langsung. Pada saat pendirian, sampai sekarang ini, sepertinya dampak tersebut tidak akan berubah selama informan tetap memiliki usahanya tersebut, apapun yang terjadi, sama halnya dengan yang disampaikan pada informan kedua sebelumnya.

### **Dampak Sosialisasi Perpajakan Terhadap Peningkatan Kepatuhan *Tax Amnesty***

Selain sosialisasi ditujukan kepada permasalahan atas pajak secara umumnya, khususnya terhadap pajak menurut PP 46 Tahun 2013, atau yang lebih dikenal dengan pajak sektor UMKM. Dalam perkembangannya, sosialisasi tidak hanya bertujuan untuk hal tersebut saja. Program-program baru lainnya yang dirasakan memerlukan proses sosialisasi, sangat penting untuk dilaksanakan. Hal tersebut tentunya terjadi juga dalam *tax amnesty*, di mana dalam perjalanannya, *tax amnesty* menjadi kebijakan baru yang dirasakan masih aneh bagi sebagian kalangan masyarakat. Bagi yang tidak paham, tentunya program baru tersebut tidak akan berjalan dengan baik dan akan menemui kegagalan ke depannya.

Dengan demikian, *tax amnesty* menjadi program terbaru yang penting untuk diadakan sosialisasi, terutama untuk periode-periode yang terjadi pada akhir tahun 2016 dan awal tahun 2017. Sosialisasi yang massif, efektif, efisien, dan menyeluruh perlu diperlukan agar dapat berjalan dengan baik program tersebut. Fakta di lapangan menunjukkan, dari beberapa observasi awal, sudah banyak sosialisasi yang telah dilakukan, terutama saat-saat akhir periode *tax amnesty*. “*Iklan-iklan layanan masyarakat, billboard, reklame, brosur, dan informasi-informasi yang didapatkan melalui media internet, cetak, maupun elektronik,*” menjadi tempat-tempat yang sering menjadi target *tax amnesty*. Pada dasarnya, sosialisasi atas program *tax amnesty* tersebut telah sesuai dengan aturan-aturan dan kajian pustaka lain yang berkaitan tentang bentuk-bentuk sosialisasi, tujuan, kegunaan, dan strategi-strategi pendukung sosialisasi lainnya.

Secara kajian pustaka, sosialisasi atas *tax amnesty* tidak dibahas secara tersendiri dalam beberapa peraturan, buku-buku perpajakan, maupun penelitian terdahulu. Bahkan dalam Undang-Undang Pengampunan Pajak, yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016 tidak diatur secara khusus mengenai sosialisasi atas *tax amnesty*. Berdasarkan penelusuran kepustakaan lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung melalui penelusuran media internet juga tidak menemukan hal tersebut. Jadi, peneliti dalam hal sosialisasi secara khusus untuk *tax amnesty* tidak membahasnya secara rinci.

Dengan demikian, peneliti akan membandingkan informasi yang didapatkan dengan aturan yang ada sebelumnya atas sosialisasi perpajakan secara umumnya, yaitu menurut Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-98/PJ/2011. Hal ini dilakukan supaya pembahasan berjalan berkesinambungan antara pajak sektor UMKM dan *tax amnesty* tanpa ada batasan pemisah di antara keduanya, selain alasan yang telah dikemukakan di atas. Perlu diketahui selanjutnya, bahwa dari ketiga informan dalam penelitian ini, semuanya telah menyatakan bahwa diri dan usahanya tidak ada yang mengikuti program *tax amnesty* tersebut. “*Kebetulan kita nggak ada, harta yang terlalu besar itu nggak ada, jadi ya kita emang nggak ngikut, (1)*” “*Jadi ya sudah, saya nggak ikut tax amnesty itu karena memang belum paham itu tadi, walaupun secara sekilas sih ya tau... (2)*” “*Saya dateng ke sana, alah sudah lah pak nggak usah tax amnesty... (3)*”



Lantas, analisa dampak sosialisasi atas *tax amnesty* menjadi sangat sulit untuk dilakukan. Peneliti kemudian mempergunakan cara lain supaya mendapatkan bahan yang baik dalam menganalisa dampak sosialisasi yang muncul. Atas hal tersebut, peneliti menggunakan data perspektif para informan dalam memberikan gambaran atas dampak yang mungkin muncul, seandainya para informan tersebut menjadi bagian dari Wajib Pajak yang sesuai dengan kriteria yang ada dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Pengampunan Pajak. Di mana Wajib Pajak yang mengikuti *tax amnesty* diwajibkan untuk mengungkapkan harta yang dimilikinya dalam surat pernyataan dan membayar sejumlah uang tebusan atas harta yang diungkapkan berdasarkan tarif yang telah ditetapkan berdasarkan Undang-Undang tersebut.

Berdasarkan kriteria di atas, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016, kecuali Wajib Pajak yang sedang dilakukan penyidikan dan berkas penyidikannya telah dinyatakan lengkap oleh Kejaksaan, dalam proses peradilan, atau menjalani proses hukuman pidana atas tindak pidana perpajakan, semuanya perlu mengungkapkannya ke dalam Surat Pernyataan Pengungkapan Harta, selain diungkapkan juga dalam Surat Pemberitahuan atau SPT, dan membayar uang tebusan sejumlah tarif yang ditentukan.

Kegiatan pada program *tax amnesty*, atau dalam slogan terkenal pajak adalah *ungkap, tebus, lega* dilakukan sendiri oleh Wajib Pajak dengan bantuan dan konsultasi dari pegawai pajak. Menjadikan sosialisasi sebagai jembatan yang tepat untuk membuat Wajib Pajak patuh dan paham terhadap *tax amnesty*. Namun, dikarenakan informan yang ada tidak mengikutinya sehingga tidak dapat disimpulkan secara langsung atas kondisi sebenarnya di lapangan mengenai dampak sosialisasi yang terjadi atas *tax amnesty*.

Apabila peneliti melihatnya dari sudut pandang perspektif, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, secara dampak seharusnya sosialisasi langsung mampu memberikan peningkatan bagi informan, terutama seperti yang diungkapkan pada informan sektor mikro. Berdasarkan pengalaman dari informan-informan tersebut, sebagai "*Wajib Pajak yang telah membayar pajak secara patuh sebelumnya, merasa perlu untuk ikut program tax amnesty. Hal tersebut kemudian dikuatkan dengan adanya undangan yang muncul kemudian, untuk mengikuti program tax amnesty,*" yang diterima oleh informan.

Tetapi, dalam perjalanannya, pegawai pajaknya sendiri yang menyatakan bahwa "*Tidak perlu mengikuti program tersebut,*" setelah sebelumnya telah diadakan pemeriksaan langsung oleh pegawai pajak tersebut. Sehingga sekarang ini informan tersebut tidak memikirkannya lagi dan menganggap *tax amnesty* hanya sebagai sebuah penambahan ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan pemahaman informasi atas masalah perpajakan yang muncul di kemudian harinya.

Secara tidak langsung, informan-informan juga menyatakan bahwa apabila terdapat sosialisasi langsung yang lebih *intens* lagi antara pegawai pajak dengan para informan, maka dapat dipastikan kesadaran yang dibutuhkan dalam meningkatkan kepatuhan akan lebih memberikan arti. Sehingga secara garis besar, sosialisasi, terutama yang dilakukan secara langsung mampu memberikan peningkatan bagi kesadaran para informan dan pada akhirnya mau mengikuti program tersebut, yang mengakibatkan peningkatan juga bagi kepatuhan para informan atas program *tax amnesty* tersebut.

Walaupun dampak tersebut muncul secara tidak langsung, peneliti dapat memberikan kesimpulan, bahwa sekali lagi, motif-motif tertentu terkadang kembali menjadi halangan dalam memberikan dampak yang sesungguhnya. Begitu halnya dengan yang terjadi pada *tax amnesty* ini, alasan-alasan yang terungkap secara langsung atau tidak langsung, menjadikan dampak yang ditimbulkan selalu berubah-ubah, tergantung dilihat dari sisi mana dampak tersebut muncul, secara langsung atau tidak langsung, dan lain sebagainya. Secara garis besar, peneliti menyampaikan bahwa pada *tax amnesty* ini memiliki dampak yang bertolak belakang

dari dampak yang ada pada pembahasan sebelumnya, meskipun memiliki penghalang yang sama, yaitu motif-motif atau tujuan-tujuan tertentu.

### **Dampak Sosialisasi Perpajakan Terhadap Peningkatan Pemahaman Pajak Dan *Tax Amnesty***

Berdasarkan informasi yang tertera pada pembahasan sebelumnya, telah diketahui bahwa sosialisasi memberikan dampak untuk beberapa faktor yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung. Faktor yang berkaitan tersebut, seperti yang telah disebutkan pada pembahasan sebelumnya, bahwa faktor penentu penting berasal dari kepatuhan dan pemahaman pajak. Selain karena keterkaitannya yang erat dengan sosialisasi perpajakan dan saling berhubungan antara satu faktor dengan faktor lainnya, pemilihan tersebut tidak lepas dari adanya Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor: SE-98/PJ/2011, sebagai dasar dalam penelitian ini secara keseluruhan atas sosialisasi perpajakan tersebut.

Pada sektor usaha mikro, informan pertama menyatakan bahwa secara garis besar, dengan adanya sosialisasi perpajakan secara langsung maupun tidak langsung membuat informan *“Jadi tahu apa itu pajak, dari yang tadinya tidak tahu sekarang menjadi tahu.”* Namun, untuk informasi yang diterima secara langsung, perlu memperhatikan aspek yang dilihat secara eksplisit atas keterangan informan tersebut. Dengan diadakannya sosialisasi, atau yang dalam bahasa informan mengadakan *“Pendataan, sensus-sensus seperti itu,”* membuat informan mengetahui adanya pajak itu sendiri, terutama untuk pajak atas usahanya tersebut. Secara eksplisit, informan sadar akan adanya pajak, dan memahami beberapa aspek lainnya, seperti pembayaran *“Nihil,”* adanya *“Konsultan pajak,”* dan lain sebagainya. Dengan demikian dari keterangan-keterangan yang muncul, secara keseluruhan diketahui bahwa sosialisasi yang dilakukan mampu meningkatkan pemahaman pajak saat itu, hingga sekarang ini (saat terakhir diwawancarai).

Sama halnya dengan yang terjadi pada informan kedua dan ketiga, yang berasal dari sektor mikro lainnya dan sektor kecil. Di mana pada dasarnya, baik yang diungkapkan secara langsung maupun eksplisit, telah memberikan dampak yang besar bagi peningkatan pemahaman perpajakan mereka. *“Dari yang sebelumnya tidak mengetahui, setelah adanya sosialisasi, langsung atau tidak langsung,”* mampu meningkatkan pemahaman mereka.

Dengan adanya sumber-sumber kajian pustaka tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa telah benar semua informasi sebelumnya mengenai tingkat pemahaman informan dalam mengetahui segala sesuatunya tentang perpajakan, terutama yang berkaitan dengan informasi atas kewajiban perpajakannya. Meskipun terdapat satu informan yang belum memenuhi kewajiban perpajakan secara baik dan benar, dalam artian tidak membayarkan pajaknya ke fiskus, sebagai pihak yang berwenang dalam memungut pajak. Tetapi informan tersebut telah mengetahui tentang pajak itu sendiri. Bahkan telah menerima manfaat dari salah satu alat pajak, yaitu NPWP, yang seharusnya dengan informan telah memiliki NPWP tersebut, beliau telah paham betul akan kewajiban perpajakannya.

Namun, sekali lagi, motif yang seperti telah banyak dibahas sebelumnya, kembali menghalangi informan tersebut dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Sehingga, secara garis besar, sosialisasi yang telah informan-informan tersebut dapatkan, terutama sosialisasi secara langsung, mampu meningkatkan pemahaman perpajakan ke arah yang lebih baik. *“Dari yang sebelumnya tidak tahu, sekarang menjadi tahu. Dari yang sebelumnya tidak mau, sekarang menjadi mau membayarkan pajaknya.”* Sama dengan yang terjadi pada pemahaman akan *tax amnesty*, apabila informan mendapatkan sosialisasinya lebih *intens* lagi dari yang sebelumnya, *“Mungkin bagus juga, kita jadi bisa mengerti lebih lanjut, lebih paham. Belum pernah ada sosialisasi langsung...”* Dengan demikian, peneliti dapat simpulkan bahwa kemungkinan besar sosialisasi yang *intens* dan langsung mampu meningkatkan pemahaman

perpajakan beliau. Bahkan sampai ke tingkat kesadaran dan kepatuhan pajak yang dibutuhkan dalam pemenuhan kewajiban mereka di bidang *tax amnesty*, seperti yang telah dijelaskan secara lengkap sebelumnya. Secara aturan, terlihat informan belum paham atas sosialisasi yang ada, dan diharapkan ke depannya sosialisasi secara langsung dapat berjalan merata agar mampu mencapai informan-informan seperti beliau.

Untuk informan kedua, dapat diketahui bahwa beliau telah mendapatkan informasi-informasi yang cukup atas *tax amnesty*. Dan beliau berpendapat bahwa kemungkinan besar prosedur *tax amnesty* akan lebih menyulitkan dari yang sebelumnya, atau dalam bahasa informan adalah '*njelimet*'. Secara mekanisme, beliau mengetahui satu hal, yaitu "*Kita harus mencantumkan kekayaan...*" Berdasarkan informasi tersebut, informan setidaknya telah mengetahui esensi penting dari sebuah *tax amnesty*, dan pencantuman kekayaan merupakan bentuk perwujudan pemahaman yang tepat, sesuai dengan penjelasan yang telah dilakukan sebelumnya. Hal-hal lainnya, seperti tarif, dan lain sebagainya, tidak diketahui oleh beliau. Namun dikarenakan informan telah mengetahui dan paham atas beberapa prosedur *tax amnesty*, yang secara tidak langsung beliau ketahui, dan mekanismenya seperti yang diterangkan di atas, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan yang ada, terutama secara langsung mampu meningkatkan pemahaman pajak informan ke arah yang lebih baik. Dan hal tersebut, telah sesuai dengan keterangan informan yang pertama, yang menyatakan bahwa secara langsung sosialisasi mampu meningkatkan pemahaman akan program *tax amnesty*.

Informan ketiga dalam sektor usaha kecil mengutarakan hal yang berbeda dari yang ada sebelumnya. Apabila peneliti perhatikan secara eksplisit atas beberapa keterangan awal dari informan, dan membandingkannya dengan keadaan beliau sebenarnya di lapangan, terlihat bahwa sebenarnya sosialisasi dapat memberikan pengaruh bagi peningkatan pengetahuan dan pemahaman beliau atas *tax amnesty*. Hal ini dikarenakan adanya fakta bahwa beliau mampu menyebutkan beberapa "*Fungsi dan kegunaan dari tax amnesty*" itu sendiri, dan memberikan pandangannya atas program tersebut tanpa diminta oleh peneliti. Beliau mengutarakan bahwa *tax amnesty* "*Itu bagus, jadi orang-orang yang belum bayar pajak atau segala macam diampuni, jadi kita itu tadi kalau ada yang tertunggak di pajak itu kita harus bayar, karena ada amnesty jadi lebih murah pajaknya.*" Dengan demikian, meskipun informan tidak memberikan pengertian yang tepat, informasi tersebut telah cukup membuktikan bahwa secara tidak langsung sosialisasi-sosialisasi yang berhubungan dengan *tax amnesty*, yang pernah beliau terima. Dan mampu memberikan penambahan pemahaman, sesuai dengan keterangan-keterangan informan sebelumnya, meskipun tidak diungkapkan secara langsung. Sehingga, sudah sewajarnya pemahaman diartikan sebagai faktor penting bagi keberhasilan suatu sosialisasi.

## V. Simpulan, Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan pembahasan-pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan secara dampak, telah mampu memberikan peningkatan bagi kepatuhan atas pajak sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 dan indikator-indikator Wajib Pajak Patuh lainnya, meskipun dampak yang ada dapat terhalangi oleh alasan atau motif-motif tertentu yang mungkin saja terjadi. Sedangkan untuk *tax amnesty* sendiri, sosialisasi perpajakan yang ada telah mampu memberikan dampak bagi kepatuhan atas *tax amnesty*.

Bagi pemahaman pajak, sosialisasi perpajakan telah mampu memberikan peningkatan sesuai dengan kriteria hak dan kewajiban perpajakannya, meskipun dampak yang ada dapat terhalangi oleh alasan atau motif-motif tertentu yang mungkin terjadi, dan sebagai perpanjangan tangan dalam meningkatkan kesadaran serta kepatuhan pajak yang ada. Dan yang terakhir, sosialisasi perpajakan tersebut juga mampu memberikan dampak peningkatan

pemahaman atas *tax amnesty*, tanpa ada alasan atau motif-motif tertentu yang mungkin menghalangi.

Peneliti menyadari bahwa hasil yang didapatkan dalam penelitian ini masih terdapat beberapa hambatan dan keterbatasan di dalamnya, diantaranya adalah masih adanya informan yang tidak mau memberikan dokumen-dokumen pendukung, sehingga beberapa informasi yang tersedia masih memerlukan teknik-teknik triangulasi lainnya supaya menghasilkan informasi yang valid. Informan yang digunakan berasal dari wilayah Kecamatan Cilandak, Jakarta Selatan, dengan sektor yang berasal industri percetakan saja, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisir untuk wilayah dan sektor industri lainnya. Diperlukan penelitian lanjutan untuk menguji apakah penelitian ini masih sesuai di wilayah dan sektor industri lainnya tersebut.

Berdasarkan beberapa kesimpulan, dan keterbatasan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran-saran yang dapat diberikan ke beberapa pihak yang diharapkan mampu memberikan manfaat ke depannya, sebagai berikut ini:

Bagi pemerintah, pihak Ditjen Pajak, dan KPP Pratama Jakarta Cilandak khususnya. Disarankan untuk tetap menjadikan sosialisasi perpajakan sebagai faktor penting yang patut diperhitungkan dalam meningkatkan penerimaan pajak. Sehingga ke depannya sosialisasi dapat berjalan dengan lebih baik lagi, dan mampu secara langsung didapatkan dan dirasakan manfaatnya bagi masyarakat yang membutuhkan.

Bagi Masyarakat. Disarankan untuk turut serta secara aktif mengikuti setiap kegiatan sosialisasi perpajakan yang diselenggarakan oleh Ditjen Pajak. Karena manfaatnya sangat besar untuk menambah wawasan kita pada bidang perpajakan, terutama untuk pajak sektor UMKM dan *tax amnesty*.

Bagi Wajib Pajak dan/atau non Wajib Pajak pemilik usaha sektor usaha mikro dan kecil. Disarankan untuk senantiasa mematuhi segala peraturan perpajakan yang berlaku, dan berpartisipasi secara aktif dalam setiap kegiatan sosialisasi perpajakan yang diselenggarakan oleh Ditjen Pajak.

## VI. Daftar Pustaka

- Adian, D. G. (2010). Pengantar Fenomenologi. Depok: Koekoesan.
- Aeny, S. N. (2017). "Dari Jutaan Pelaku UMKM, Cuma 397 Ribu Yang Patuh Pajak". DDTC News. Diakses Pada 9 November 2017, dari <http://news.ddtc.co.id/>
- Ahmadi, R. (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Ariyanti, F. (2017). "Sri Mulyani: Saya Belum Puas Atas Hasil Tax Amnesty". Liputan6 Bisnis. Diakses Pada 9 November 2017, dari <http://bisnis.liputan6.com/>
- Atawodi, O. W., & Stephen A. O. (2012). Factors That Affect Tax Compliance Among Small and Medium Enterprises (SMEs) in North Central Nigeria. The International Journal Of Business & Management. Vol. 7, No. 12, Page 87-96, ISSN: 1833-3850.
- Badan Pusat Statistik. "Jumlah Perusahaan Industri Mikro Dan Kecil Menurut Provinsi, 2014-2015". Diakses Pada 8 Oktober 2017, dari <https://bps.go.id/LinkTableDinamis>
- Badan Pusat Statistik. "Indeks Produksi Triwulanan Menurut Provinsi (Mikro Kecil)". Diakses Pada 8 Oktober 2017, dari <https://bps.go.id/LinkTableDinamis>

- Cresswell, J. W. (1998). *Qualitative Inquiry, And Research Design. Choosing Among Five Traditions*. New Delhi: Sage Publications.
- Daud, A. (2016). "Prosedur Dipermudah, UMKM Tetap Malas Ikut Tax Amnesty". Diakses Pada 9 November 2017, dari <https://katadata.co.id/>
- DDTCNews. (2017). "Ini Alasan Jokowi Sering Ikut Sosialisasi Tax Amnesty". Diakses Pada 9 November 2017, dari <http://news.ddtc.co.id/>
- Direktorat Jenderal Pajak. (2007). Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor: SE-22/PJ.2007 Tentang Penyeragaman Sosialisasi Perpajakan Bagi Masyarakat.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2011). Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor: SE-98/PJ.2011 Tentang Pedoman Penyusunan Rencana Kerja Dan Laporan Kegiatan Penyuluhan Perpajakan Unit Vertikal Di Lingkungan Direktorat Jenderal Pajak.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2015). "Kanwil DJP Jakarta Barat Berikan Sosialisasi Pajak Bagi Konsultan". Diakses Pada 8 November 2017, dari <http://www.pajak.go.id/>
- Direktorat Jenderal Pajak. (2016). "Refleksi Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak. Diakses Pada 8 November 2017". Diakses Pada 8 November 2017, dari <http://www.pajak.go.id/>
- Henley, W. (2017). *Wacana Penurunan Pajak Dan Masa Depan UMKM*. Republika. Diakses Pada 8 November 2017, dari <http://www.republika.co.id/>
- Kementerian Keuangan. (2000). Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor: 544/KMK.04/2000 Tentang Kriteria Wajib Pajak Yang Dapat Diberikan Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak.
- Kementerian Keuangan. (2012). Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor: 74/PMK.03/2012 Tentang Tata Cara Penetapan Dan Pencabutan Penetapan Wajib Pajak Dengan Kriteria Tertentu Dalam Rangka Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak.
- Mulyana, D. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mutiah, M., et.al. (2011). Interpretasi Pajak dan Implikasinya Menurut Perspektif Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, Vol. 2. No. 3. Hal. 418-429. ISSN: 2086-7603.
- Ndekwa, A. G. (2014). Factors For Improving Tax Compliance Among Small and Medium Enterprises in Tanzania. *The International Journal Of Business & Management*, Vol. 2. Issue 10. Page 285-290. ISSN: 2321-8916.
- Ortax. (2016). "DJP Gelar Sosialisasi Pajak Bagi UKM Di DKI Jakarta". Diakses Pada 8 November 2017, dari <http://taxamnesty.ortax.org/>
- Ortax. "Masalah UMKM Dalam Tax Amnesty". Diakses Online Pada 9 November 2017, dari <http://taxamnesty.ortax.org/>



- Purwono, H. (2010). *Dasar-Dasar Perpajakan dan Akuntansi Pajak*. Jakarta: Erlangga.
- Putri, D. P., & Dudi P. (2014). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Help Desk Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cianjur). *e-Proceeding Of Management*, Vol. 1. No. 3. Page 138-157. ISSN: 2355-9357.
- Republik Indonesia. (2007). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan.
- Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan Menjadi Undang-Undang.
- Republik Indonesia. (2013). Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 Tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
- Republik Indonesia. (2016). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Pengampunan Pajak.
- Resmi, S. (2009). *Perpajakan: Teori Dan Kasus*. Buku 1 Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat.
- Santoso, U., & Justina M. S. (2009). Tax Amnesty Dan Pelaksanaannya DI Beberapa Negara: Perspektif Bagi Pebisnis Indonesia. *Sosiohumaniora*, Vol. 11. No. 2, Hal. 111-125. ISSN: 1411-0911. Diakses Online Pada 9 November 2017, dari <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana, A. B. (2012). "Solusi Untuk Pajak UKM". Direktorat Jenderal Pajak. Diakses Pada 13 September 2017, dari <http://www.pajak.go.id/>
- T., E. (2016). "Minat Pengusaha Ikut Tax Amnesty Tinggi, Tapi Keluhkan Masalah Ini". Diakses Pada 9 November 2017, dari <https://pengampunanpajak.com/>
- Tene, J. H., et.al. (2017). Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Pajak, Sanksi Perpajakan, Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Terdaftar Di KPP Pratama Manado). *Jurnal EMBA*, Vol. 5. No. 2. Hal. 443-453. ISSN: 2303-1174.
- Warouw, J. Z. S., et.al. (2015). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan SPT Tahunan Wajib Pajak Badan (Studi Kasus Pada KPP Pratama Manado Dan KPP Pratama Bitung). *Jurnal EMBA*, Vol. 3. No. 4. Hal. 585-592. ISSN: 2303-1174.