

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada pertengahan tahun 2008, banyak kalangan masyarakat di Indonesia merasa resah dan bingung, karena mereka dihadapkan pada masalah kepemilikan NPWP. Sebagian besar masyarakat rupanya belum memiliki NPWP, namun pemerintah memberikan program yang dinamakan *sunset policy* yakni kebijakan pemberian fasilitas perpajakan, yang berlaku hanya di tahun 2008, dalam bentuk penghapusan sanksi administrasi perpajakan berupa bunga yang diatur dalam pasal 37A (Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007). Menurut riset yang dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak, pemilik NPWP bertambah hingga mencapai 3,5 juta sehingga total keseluruhan mencapai 10,6 juta masyarakat yang memiliki NPWP pada bulan Desember 2008 (Media Indonesia, Desember 2008). Merasa belum puas dengan hasil yang didapat pada akhir tahun, pemerintah memperpanjang program tersebut hingga 28 Februari 2009, sehingga masyarakat yang memiliki NPWP bertambah sekitar 1,8 juta.

Pemerintah menyatakan bahwa se usai Program *Sunset Policy*, kalangan masyarakat yang tidak memiliki NPWP hingga batas waktu yang ditentukan akan dikenai denda 20% dari penghasilannya per bulan, tergantung dari tahun berapa ia tidak membayar pajak (Media Indonesia, Desember 2008). Sebagian kalangan kecil masyarakat yang belum memiliki NPWP menjadi bingung dan semakin enggan untuk membuat NPWP. Ternyata sebagian besar kalangan masyarakat di Indonesia, tampaknya tidak terlalu memperhatikan masalah NPWP dan pajak itu sendiri, bahkan mereka berusaha menghindari diri dari pajak. Hal tersebut disebabkan karena kurangnya pemahaman yang jelas dari arti membayar pajak dan juga berita-berita negatif mengenai pajak.

Dalam bukunya yang berjudul “Perpajakan” Achmad Tjahjono dan Muhammad F. Hussain (2001, halaman 101) menyatakan bahwa secara psikologis, masyarakat akan terbiasa untuk mengelakan pajak yang dengan sendirinya menganggap remeh pelaksanaan Undang-Undang. Masyarakat akan berpikir tidak perlu melaksanakan Undang-Undang karena justru akan mengurangi kekayaannya. Pernyataan tersebut sangat tepat bila dihadapkan dengan keadaan sebagian besar masyarakat di Indonesia, sekitar 80% pengusaha kecil dan menengah, mereka menolak untuk membuat NPWP dengan berbagai macam alasan. Pemerintah berpendapat bahwa NPWP sangat dibutuhkan jika pengusaha kecil ingin berhubungan dengan sektor formal, yang sangat diperlukan untuk mengembangkan usaha. Para pengusaha kecil, kata Nasfi, belum memiliki NPWP karena mereka belum memiliki informasi yang tepat mengenai pajak. Pajak masih dinilai sebagai momok yang menakutkan dan membahayakan usaha mereka, kebanyakan pengusaha kecil juga tidak memiliki pembukuan yang teratur. Kondisi semacam ini sering menyulitkan dalam pemeriksaan pajak.

Setelah menemukan fenomena-fenomena perpajakan yang banyak terjadi di masyarakat, penulis berpendapat bahwa, sebagian besar masyarakat di Indonesia yang tidak memiliki NPWP, belum mendapatkan informasi dan pengertian yang baik mengenai NPWP maupun tata cara pembayaran pajak yang benar. Oleh karena itu penulis sangat tertarik untuk membuat kampanye mengenai NPWP, dengan tujuan memberikan media komunikatif bagi masyarakat yang awam akan pajak, serta meningkatkan jumlah wajib pajak di Indonesia.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

1. Bagaimana cara membujuk masyarakat secara halus untuk memiliki NPWP dan membayar pajak?

2. Bagaimana cara mengubah persepsi masyarakat yang terkesan buruk terhadap pajak melalui media promosi dan program kampanye baru?
3. Bagaimana cara membuat suatu pendekatan kampanye melalui media yang komunikatif dan efektif untuk menyampaikan pesan?

1.2.2 Ruang lingkup

1. Area dari kampanye ini mencakup skala nasional.
2. *Target audience* dari kampanye sosial ini adalah orang dewasa terutama para pengusaha berstatus ekonomi menengah ke atas dengan usia 21 hingga 50 tahun.
3. Media-media visual yang akan dibuat akan berupa poster, *banner*, *leaflet*, brosur, *billboard* serta iklan-iklan di majalah dan surat kabar.

1.3 Tujuan Perancangan

1.3.1 Tujuan Umum

- Membujuk masyarakat untuk memiliki NPWP melalui program baru
- Mengubah persepsi masyarakat yang terkesan buruk terhadap pajak melalui program baru dan ”wajah” baru.
- Membuat media yang komunikatif secara padat, singkat, dan jelas, sehingga masyarakat dapat menangkap informasi secara cepat dan tepat.

1.3.2 Tujuan Khusus

- Memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia melalui program kampanye yang baru.
- Memberikan kemudahan bagi pengusaha muda yang awam akan registrasi NPWP dan pembayaran pajak

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Direktorat Jendral Pajak

- (Melalui situs resmi “www.pajak.go.id”)

- Observasi langsung ke kantor Direktorat Jendral Pajak, Bandung
- Wawancara dengan konsultan pajak (Bpk. Andreas Tan)

Studi Pustaka

- Surat kabar
- Kuesioner bagi pengguna (masyarakat)
- Buku yang berhubungan
- Internet

1.5 Skema Perancangan

Bagan/skema/alur proses

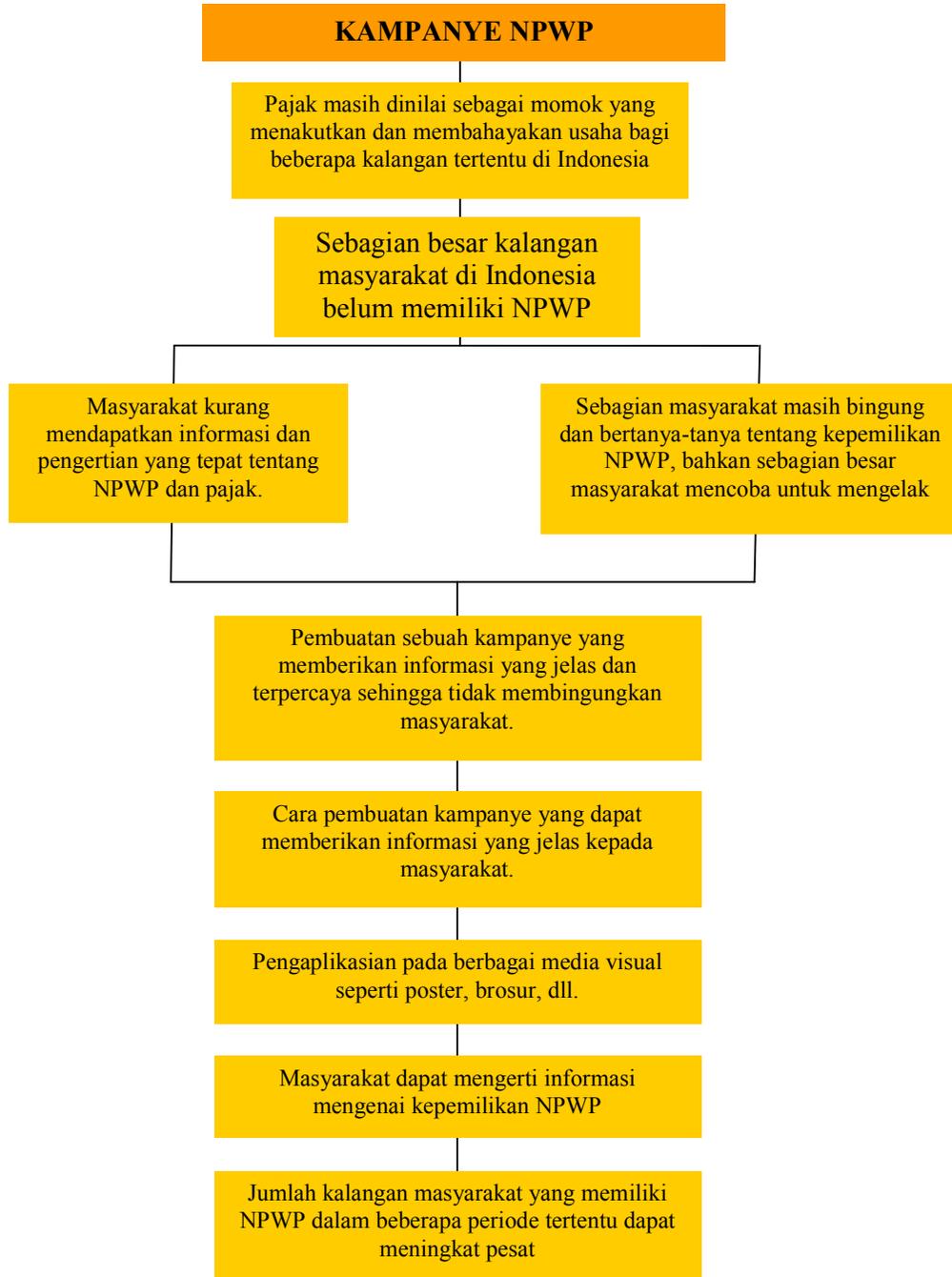


Diagram 1.1 Skema Perancangan