



EVALUASI EFEKTIFITAS STRATEGI PEMERINTAH DALAM PENYEBARAN INFORMASI PAJAK DI ERA DIGITAL TERHADAP EFEKTIVITAS, KEPUASAN, DAN PERSEPSI KEADILAN PADA WAJIB PAJAK KELURAHAN PADEMANGAN

Keisya Davina Talitha¹

¹Program Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas YARSI
Email: keisyadavinat@gmail.com

ABSTRAK

Teknologi digital telah merevolusi cara pemerintah menyampaikan informasi perpajakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana strategi digital pemerintah efektif dalam meningkatkan pemahaman, kepuasan, dan persepsi keadilan wajib pajak di Kelurahan Pademangan. Dengan menggunakan metode gabungan, yaitu kuesioner kepada 100 responden dan analisis kualitatif, hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital memiliki pengaruh signifikan terhadap ketiga aspek tersebut. Implikasinya, pemerintah perlu menyusun pendekatan komunikasi berbasis teknologi yang lebih adaptif, edukatif, dan menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Riset ini diharapkan menjadi rujukan untuk perbaikan strategi Direktorat Jenderal Pajak dalam menyebarkan informasi perpajakan secara digital.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa strategi penyebaran informasi perpajakan secara digital memberikan dampak signifikan terhadap tiga aspek penting: efektivitas pemahaman, kepuasan terhadap pelayanan, dan persepsi keadilan wajib pajak. Pemanfaatan berbagai media digital, termasuk media sosial, platform edukatif, serta sistem layanan daring, berkontribusi dalam peningkatan partisipasi dan kepercayaan masyarakat. Untuk itu, diperlukan pengembangan berkelanjutan terhadap strategi digital ini agar dapat lebih responsif, inklusif, serta mampu memenuhi kebutuhan informasi perpajakan masyarakat secara luas.

Kata Kunci: teknologi digital, strategi informasi pajak, persepsi keadilan, kepuasan, efektivitas

ABSTRACT

Digital technology has revolutionized the way governments convey tax information. This study aims to evaluate the extent to which the government's digital strategy is effective in improving taxpayers' understanding, satisfaction, and perception of fairness in Pademangan Subdistrict. Using a combined method, namely a questionnaire to 100 respondents and qualitative analysis, the results show that digital media has a significant influence on these three aspects. As a result, the government needs to develop a technology-based communication approach that is more adaptive, educational, and reaches all levels of society. This research is expected to serve as a reference for improving the Directorate General of Taxes' strategy in disseminating tax information digitally.

The results of this study show that the strategy of disseminating tax information digitally has a significant impact on three important aspects: effectiveness of understanding, satisfaction with services, and taxpayers' perception of fairness. The use of various digital media, including social media, educational platforms, and online service systems, contributes to increasing public

participation and trust. Therefore, continuous development of this digital strategy is needed so that it can be more responsive, inclusive, and able to meet the tax information needs of the wider community.

Keywords: digital technology, tax information strategy, perception of fairness, satisfaction, effectiveness

PENDAHULUAN

Perkembangan era globalisasi pada saat ini memberikan pengaruh yang besar terhadap kehidupan manusia. Melalui adanya era globalisasi, individu dituntut untuk terus berkembang serta memiliki kualitas agar mampu bersaing dengan individu yang lain. Hal tersebut membuat peradaban manusia semakin maju sehingga banyak individu berlomba-lomba menunjukkan eksistensinya agar tidak kalah dengan yang lain (Edy Kurniawan Program Studi Bimbingan dan Konseling, 2017). Globalisasi dan modernisasi memacu kemajuan masyarakat dalam hal teknologi salah satunya internet. Munculnya internet sebagai integrasi teknologi komunikasi, menghasilkan media, mengajari penggunaanya apa saja dalam waktu setiap saat, mengubah pola hidup, mendatangkan kebiasaan-kebiasaan baru, bahkan dikatakan bahwa kebutuhan akan teknologi tersebut sebagai bentuk orang hipnotis canggih yang mampu mengubah perilaku dan cara mereka berkomunikasi dengan orang lain (Istiyanto, 2016)

Transformasi digital yang menghadirkan berbagai inovasi dalam penyampaian informasi juga membuka peluang besar bagi pemerintah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pajak, yang merupakan tulang punggung utama bagi keberlanjutan pembangunan negara. Peranan pajak dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) sangat signifikan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2018 tentang APBN 2019, dari seluruh penerimaan negara sebesar Rp2,165 kuadriliun, porsi penerimaan pajak termasuk bea cukai dan bea masuk adalah sebesar Rp1,786 kuadriliun atau 83%. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) bertanggung jawab atas penerimaan Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), dan Pajak Bumi dan Bangunan sektor Perkebunan, Perhutanan dan Pertambangan (PBB P3) sebesar Rp1,568 kuadriliun atau 72% dari APBN atau 88% dari penerimaan seluruh pajak (RI, Kemenkeu 2018).

Digitalisasi menghadirkan tantangan yang tak terbantahkan, memperburuk fenomena “kesenjangan digital”, terutama berdampak pada demografi wajib pajak yang rentan (Nuryanah et al., 2024, hlm). 27. Inovasi dalam administrasi perpajakan merupakan salah satu metode untuk mensejahterakan masyarakat dalam segi apapun khususnya pada penerimaan pajak. Eksistensi

inovasi ini wajib jadi sorotan serta dibutuhkan dalam pengelolaan penerimaan untuk negara. Pajak sudah sebagai pemasukan negara yang amat penting bahkan sudah sebagai sumber pemasukan yang utama bagi negara dan digunakan untuk membiayai kegiatan pembangunan bangsa serta kegiatan pemerintah. Sebagaimana yang ada dalam dalam Anggaran Penerimaan dan Belanja Negara (APBN) yaitu penerimaan pajak merupakan penerimaan dalam negeri yang terbesar. Di era revolusi 4.0 pertumbuhan pengguna internet yang sangat cepat (Widyaningsih & Rahmi, 2021). Sebagai respons terhadap tantangan ini, pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah mengadopsi berbagai strategi digital dalam penyebaran informasi pajak. Strategi ini mencakup pemanfaatan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas, pengembangan video edukasi yang menarik dan relevan, serta penyediaan platform online yang mudah diakses untuk memberikan informasi dan layanan perpajakan (Suharsono & Galvani, n.d.).

Oleh karena itu, evaluasi kinerja pemerintah dalam penyebaran informasi pajak di era digital menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa strategi yang diterapkan efektif, efisien, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Sebagai hasil dari upaya tersebut, KPP Pratama Jakarta Kemayoran berhasil mencapai target penerimaan pajak yang telah ditetapkan pada tahun 2024, dengan peningkatan signifikan dalam kepatuhan pelaporan dan pembayaran pajak. Inovasi dalam layanan digital seperti peningkatan edukasi perpajakan bagi wajib pajak, turut berkontribusi dalam pencapaian ini. Atas kinerja yang baik, KPP mencapai realisasi 100% pada penerimaan perpajakan dan juga memperoleh penghargaan dalam kategori KPP dengan kegiatan ekstensifikasi terbanyak, yang menjadi bukti atas komitmen organisasi dalam menjalankan tugasnya secara profesional dan transparan (LAPORAN KINERJA KPP PRATAMA JAKARTA KEMAYORAN TAHUN 2024, n.d.).

Selain itu, transformasi digital juga memberikan peluang bagi pemerintah untuk menjangkau masyarakat dengan lebih efektif melalui inovasi teknologi. Namun, keberhasilan strategi ini sangat bergantung pada bagaimana pemerintah mampu memahami kebutuhan masyarakat dan memanfaatkan teknologi secara optimal untuk menyampaikan informasi yang relevan dan akurat.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Penyebaran Informasi Pajak

Distribusi informasi perpajakan adalah langkah strategis dan terarah yang dilakukan untuk menyampaikan data yang tepat, relevan, serta mudah dimengerti mengenai aturan, kebijakan, hak, dan tanggung jawab perpajakan dari pihak otoritas kepada masyarakat atau wajib pajak melalui berbagai media komunikasi. (dalam hal ini, Direktorat Jenderal Pajak) kepada masyarakat atau wajib pajak melalui berbagai saluran komunikasi (Penjelasan Umum Undang-Undang KUP, 2000). Tujuan utamanya adalah meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan, pada akhirnya, kepatuhan pajak (RI, Kemenkeu, 2018).

Proses ini melibatkan beberapa tahapan penting:

- **Identifikasi Target Audiens:** Memahami karakteristik dan kebutuhan informasi dari berbagai kelompok wajib pajak (misalnya, UMKM, pekerja lepas, generasi milenial) (Suharsono & Galvani, n.d.)
- **Pemilihan Saluran Komunikasi:** Menentukan saluran komunikasi yang paling efektif untuk menjangkau target audiens, seperti media sosial, website, video edukasi, penyuluhan langsung, dan kemitraan dengan pihak ketiga (misalnya, perguruan tinggi, organisasi masyarakat) (Suharsono & Galvani, n.d.)
- **Pengembangan Materi Informasi:** Menyusun materi informasi yang akurat, jelas, ringkas, dan menarik, dengan mempertimbangkan tingkat pendidikan dan preferensi belajar dari target audiens (Susanto, 2018).
- **Penyampaian Informasi:** Melaksanakan kegiatan penyebaran informasi secara konsisten dan berkelanjutan, dengan memanfaatkan berbagai metode dan teknik komunikasi yang sesuai dengan karakteristik masing-masing saluran (DJP, 2018).
- **Evaluasi dan Umpan Balik:** Mengumpulkan umpan balik dari masyarakat atau wajib pajak untuk menilai efektivitas kegiatan penyebaran informasi dan melakukan perbaikan yang diperlukan (Laporan Tahunan DJP, 2017).

Penyebaran informasi pajak yang efektif merupakan kunci untuk menciptakan sistem perpajakan yang adil, transparan, dan partisipatif, serta meningkatkan penerimaan negara untuk pembangunan nasional.

Proses penyebaran informasi pajak tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kewajiban perpajakan, tetapi juga untuk membangun kepercayaan publik terhadap sistem perpajakan. Dengan pendekatan yang transparan dan

inklusif, pemerintah dapat menciptakan hubungan yang lebih baik antara wajib pajak dan otoritas perpajakan.

Era Digital

Era digital merujuk pada masa ketika teknologi berbasis digital seperti internet, media sosial, perangkat mobile, cloud computing, hingga big data, telah meresap ke dalam berbagai aspek kehidupan, baik sosial, ekonomi, maupun politik, sehingga turut mengubah cara manusia menghasilkan, menyebarkan, dan mengakses informasi.. Era ini ditandai dengan beberapa karakteristik utama:

- **Konektivitas Global:** Internet memungkinkan individu dan organisasi untuk terhubung dan berkomunikasi dengan mudah di seluruh dunia.
- **Akses Informasi yang Luas:** Informasi tersedia secara luas dan mudah diakses melalui berbagai perangkat dan platform.
- **Interaktivitas dan Partisipasi:** Masyarakat dapat berpartisipasi secara aktif dalam proses komunikasi dan menciptakan konten sendiri (User-Generated Content) (Winasti, 2016).
- **Personalisasi dan Kustomisasi:** Informasi dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi individu.
- **Kecepatan dan Perubahan:** Teknologi digital berkembang dengan sangat cepat, sehingga menuntut adaptasi yang berkelanjutan.

Era digital memberikan peluang besar bagi pemerintah untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi penyebaran informasi pajak. Namun, era ini juga menimbulkan tantangan baru, seperti mengatasi *digital divide*, melindungi privasi data, dan memerangi disinformasi (West, 2005). Pemerintah perlu mengembangkan strategi yang komprehensif dan adaptif untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan era digital dalam penyebaran informasi pajak.

Namun, era digital juga menuntut pemerintah untuk terus berinovasi dalam mengatasi tantangan seperti literasi digital yang rendah di kalangan masyarakat tertentu. Dengan demikian, diperlukan strategi yang tidak hanya berfokus pada teknologi, tetapi juga pada edukasi dan pemberdayaan masyarakat agar mampu memanfaatkan teknologi tersebut secara maksimal.

Evaluasi Kinerja

Evaluasi kinerja merupakan proses terstruktur dan netral yang bertujuan menilai keberhasilan suatu program, kebijakan, atau organisasi dalam memenuhi sasaran yang telah ditentukan, dengan mengandalkan indikator kinerja serta teknik pengumpulan data yang terpercaya dan sesuai. Evaluasi kinerja dalam konteks penyebaran informasi pajak melibatkan penilaian terhadap efektivitas, efisiensi, relevansi, dan dampak dari strategi dan program yang dijalankan oleh pemerintah (Bouckaert & Halligan, 2008).

- **Efektivitas:** Sejauh mana program penyebaran informasi pajak mencapai tujuan yang diharapkan, seperti meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak.
- **Efisiensi:** Seberapa baik sumber daya (anggaran, waktu, tenaga kerja) digunakan untuk mencapai tujuan program.
- **Relevansi:** Sejauh mana program penyebaran informasi pajak sesuai dengan kebutuhan dan prioritas masyarakat atau wajib pajak.
- **Dampak:** Perubahan positif yang dihasilkan oleh program penyebaran informasi pajak, seperti peningkatan penerimaan pajak, peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah, dan perubahan perilaku wajib pajak.

Metode pengumpulan data yang dapat digunakan dalam evaluasi kinerja meliputi survei, analisis data sekunder (misalnya, data kepatuhan pajak, data kunjungan website), wawancara dengan *stakeholder*, dan studi kasus. Hasil evaluasi kinerja dapat digunakan untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, mengoptimalkan alokasi sumber daya, dan membuat keputusan yang lebih baik dalam perencanaan dan pelaksanaan program penyebaran informasi pajak.

Evaluasi kinerja tidak hanya menjadi alat untuk menilai keberhasilan program, tetapi juga sebagai dasar untuk pengambilan keputusan strategis di masa depan. Dengan data evaluasi yang komprehensif, pemerintah dapat mengidentifikasi kelemahan dalam strategi penyebaran informasi pajak dan merancang solusi yang lebih efektif.

Hipotesis

- i. **H1:** Strategi penyebaran informasi pajak secara digital berpengaruh signifikan terhadap efektivitas pemahaman informasi pajak oleh wajib pajak.

- ii. **H2:** Strategi penyebaran informasi pajak secara digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak.
- iii. **H3:** Strategi penyebaran informasi pajak secara digital berpengaruh signifikan terhadap persepsi keadilan wajib pajak.
- iv. **H4:** Strategi pemerintah dalam penyebaran informasi pajak di era digital berpengaruh signifikan terhadap efektivitas, kepuasan, dan persepsi keadilan pada wajib pajak di Kelurahan Pademangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan Pendekatan kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner terhadap wajib pajak yang nanti data yang terkumpul dari penyebaran kuesioner tersebut diolah secara kuantitatif, guna menguji hubungan antara variabel strategi penyebaran informasi pajak berbasis digital, efektivitas penyebaran informasi, kepuasan wajib pajak, dan persepsi keadilan sistem pajak secara terukur.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Wajib Pajak (WP) yang terdaftar di wilayah Kelurahan Pademangan dengan jumlah 100 sampel, Jakarta Utara. Lokasi ini dipilih karena representasi WP dengan karakteristik beragam dan aksesibilitas untuk penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui survei kuesioner. Kuesioner disebarkan secara online (menggunakan Google Forms). Kuesioner mengukur variabel-variabel penelitian dengan skala Likert 5 poin, meliputi:

- Strategi Penyebaran Informasi Pajak Berbasis Digital (X)
- Efektivitas Penyebaran Informasi Pajak (Y1)
- Kepuasan Wajib Pajak terhadap Layanan Informasi Perpajakan (Y2)
- Persepsi Keadilan Sistem Pajak (Y3)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Simultan

Multivariate Tests^a

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.	Partial Eta Squared
Intercept	Pillai's Trace	,998	13536,885 ^b	3,000	90,000	,000	,998
	Wilks' Lambda	,002	13536,885 ^b	3,000	90,000	,000	,998
	Hotelling's Trace	451,229	13536,885 ^b	3,000	90,000	,000	,998
	Roy's Largest Root	451,229	13536,885 ^b	3,000	90,000	,000	,998
X	Pillai's Trace	1,149	8,161	21,000	276,000	,000	,383
	Wilks' Lambda	,086	16,660	21,000	258,982	,000	,559
	Hotelling's Trace	8,050	33,989	21,000	266,000	,000	,729
	Roy's Largest Root	7,737	101,683 ^c	7,000	92,000	,000	,886

a. Design: Intercept + X
b. Exact statistic
c. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level.

Interpretasi:

Karena nilai signifikansi pada beberapa uji seperti pollai's Trance. Wilks' Lambda adalah 0,000 < 0,05, maka tolak H0 dan terima H1. Maka dapat disimpulkan bahwa “Strategi pemerintah dalam penyebaran informasi pajak di era digital berpengaruh signifikan terhadap efektivitas, kepuasan, dan persepsi keadilan pada wajib pajak di Kelurahan Pademangan”.

Uji Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21,533	,217		99,239	,000
	Strategi Penyebaran Informasi Pajak Berbasis Digital (X)	,467	,057	,638	8,202	,000

a. Dependent Variable: Efektivitas Penyebaran Informasi Pajak (Y1)

Interpretasi:

Karena nilai signifikansi paa output adalah 0,000 < 0,05, maka tolak H0 terima H1. Maka dapat disimpulkan bahwa “Strategi penyebaran informasi pajak secara digital berpengaruh signifikan terhadap efektivitas pemahaman informasi pajak oleh wajib pajak”.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,897	,274		65,259	,000
	Strategi Penyebaran Informasi Pajak Berbasis Digital (X)	,936	,072	,796	13,022	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Wajib Pajak terhadap Layanan Informasi Perpajakan (Y2)

Interpretasi:

Karena nilai signifikansi paa output adalah $0,000 < 0,05$, maka tolak H_0 terima H_1 . Maka dapat disimpulkan bahwa “Strategi penyebaran informasi pajak secara digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak”.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	15,969	,527		30,306	,000
	Strategi Penyebaran Informasi Pajak Berbasis Digital (X)	,645	,138	,427	4,672	,000

a. Dependent Variable: Persepsi Keadilan Sistem Pajak (Y3)

Interpretasi:

Karena nilai signifikansi pada output adalah $0,000 < 0,05$, maka tolak H_0 terima H_1 . Maka dapat disimpulkan bahwa “Strategi penyebaran informasi pajak secara digital berpengaruh signifikan terhadap persepsi keadilan wajib pajak”

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa strategi penyebaran informasi perpajakan secara digital memberikan dampak signifikan terhadap tiga aspek penting: efektivitas pemahaman, kepuasan terhadap pelayanan, dan persepsi keadilan wajib pajak. Pemanfaatan berbagai media digital, termasuk media sosial, platform edukatif, serta sistem layanan daring, berkontribusi dalam peningkatan partisipasi dan kepercayaan masyarakat. Untuk itu, diperlukan pengembangan berkelanjutan terhadap strategi digital ini agar dapat lebih responsif, inklusif, serta mampu memenuhi kebutuhan informasi perpajakan masyarakat secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Drajat, E. K. (2017). Pengaruh Intensitas Mengakses Game online Terhadap Perilaku Prokrastinasi Akademik Pada Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas PGRI Yogyakarta”, *Jurnal Konseling Gusjigang*, Vol. 3. No. 1 (2017): 98, diakses pada 27 Maret, 2019.
- Itiyanto S, Telpon Genggam Dan Perubahan Sosial Studi Kasus Dampak Negatif Mddia Komunikasi dan Informasi Bagi Anak Anak di Kelurahan Bobosan Purwoketo Kabupaten Banyumas, *Jurnal Komunikasi, Universitas Jenderal Sudirman*, (2016): 56, diakses pada 20 Maret, 2019.
- RI. 2018. “Kemenkeu.” *Kemenkeu Web Site*. 14 Desember. Diakses Desember 15, 2018. <https://www.kemenkeu.go.id/>

Laporan Kinerja Kpp Pratama Jakarta Kemayoran Tahun 2024

- Widyaningsih & Rahmi, (Juli 2021) *Jurnal Ilmu Administrasi Publik* Vol 1, No.4, Juli 2021 pp. 375-384 E ISSN: 2775-5053 Analisis Penerapan Inovasi Administrasi Perpajakan Dalam Optimalisasi Penerimaan Pajak Di Era Revolusi 4.0 Hannah Dwi Widyaningsih, Notika Rahmi.
- Agus Suharsono & Selly Galvani (2020). Optimalisasi Edukasi Perpajakan Bagi Generasi Milenial Melalui Video. *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Review)*, 2(1), 123-139.
- Bouckaert, G., & Halligan, J. (2008). *Managing Performance: Public Sector Management Series*. Routledge.
- Direktorat Jenderal Pajak (DJP). (2018). *Laporan Tahunan Direktorat Jenderal Pajak 2017*. Kusma (2013).
- Patton, M. Q. (2008). *Utilization-Focused Evaluation*. Sage Publications.
- Republik Indonesia, Kementerian Keuangan (RI, Kemenkeu). (2018). *Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) 2019*.
- Republik Indonesia. (2000). *Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- West, D. M. (2005). *Digital Government: Technology and Public Sector Performance*. Princeton University Press.
- Winasti, I. (2016).
- Nuryanah, S., Siregar, S. V. N. P., Arifin, I., & Sofyan, L. (2024). Taxpayers' Perceptions of a New Digital Tax Return Feature: A Case Study in Indonesia. *International Journal of eBusiness and eGovernment Studies*, 16(1), 26-54.