

Analisis Efektivitas Sosialisasi Perpajakan Dalam Rangka Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di KPP Pratama Jakarta Sawah Besar Satu

Iin Andrayanti¹, Adella Denada², Tri Waluyo Prehantio³, Laila Amalia⁴

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI¹²³⁴

Email: inez.stiami90@gmail.com

Citation: Andrayanti, I., Denada, A., Prehantio, T., & Amalia, K. (2025). Analisis Efektivitas Sosialisasi Perpajakan Dalam Rangka Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di KPP Pratama Jakarta Sawah Besar Satu. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 5(4);377-381

<https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/423>

Received: 13 Juli 2025

Accepted: 30 Juli 2025

Published: 27 Agustus 2025

Publisher's Note: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS) stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2025 by the authors. Licensee Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS), Magetan, Indonesia. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Abstract

This study analyzes the effectiveness of tax outreach in improving taxpayer compliance among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) at the Jakarta Sawah Besar Satu Tax Office (KPP Pratama). Using descriptive qualitative methods, data was obtained through interviews, observation, and documentation. The results indicate that the effectiveness of tax outreach has not been fully achieved, influenced by factors such as the large number of new provisions, diverse taxpayer backgrounds, difficulties in reaching taxpayers due to incomplete data, and limited tax knowledge. To overcome these obstacles, direct and indirect education through mass media, tailoring materials to taxpayer needs, reminders, and in-person visits were conducted. These findings emphasize the importance of an intensive and adaptive outreach strategy to improve MSME tax compliance.

Keywords: Effectiveness, Tax Outreach, Tax Compliance, MSMEs

Abstrak

Penelitian ini menganalisis efektivitas sosialisasi perpajakan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kantor Pelayanan Pajak Pratama (KPP Pratama) Jakarta Sawah Besar Satu. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas sosialisasi perpajakan belum sepenuhnya tercapai, dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti banyaknya ketentuan baru, latar belakang wajib pajak yang beragam, kesulitan menjangkau wajib pajak karena data yang tidak lengkap, dan keterbatasan pengetahuan perpajakan. Untuk mengatasi kendala tersebut, dilakukan edukasi langsung dan tidak langsung melalui media massa, penyesuaian materi dengan kebutuhan wajib pajak, pengingat, dan kunjungan langsung. Temuan ini menekankan pentingnya strategi sosialisasi yang intensif dan adaptif untuk meningkatkan kepatuhan pajak UMKM.

Kata Kunci: Efektivitas, Sosialisasi Perpajakan, Kepatuhan Perpajakan, UMKM

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbesar di ASEAN. Peran UMKM sangat signifikan dalam menopang perekonomian nasional, terutama melalui kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja dan potensi penerimaan pajak. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan Wajib Pajak UMKM masih belum konsisten. Data KPP Pratama Jakarta Sawah Besar Satu mencatat kepatuhan pada 2020 sebesar 88%, menurun menjadi 80% pada 2021, lalu meningkat kembali menjadi 90% pada 2022. Fluktuasi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti perubahan ketentuan pajak, latar belakang wajib pajak yang beragam, prosedur pelaporan yang dianggap rumit, serta rendahnya pengetahuan perpajakan akibat kurangnya sosialisasi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peran sosialisasi perpajakan sebagai instrumen untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak. Motivasi utama penelitian adalah menilai sejauh mana sosialisasi yang dilakukan Direktorat Jenderal Pajak, khususnya di KPP Pratama Jakarta Sawah Besar Satu, telah efektif mendorong pemilik UMKM memenuhi kewajiban perpajakannya.

Secara teoritis, penelitian ini mengacu pada konsep efektivitas menurut Mardiasmo (2017) dan Siagian (2001), yang menekankan ketercapaian tujuan, integrasi dengan pihak terkait, serta kemampuan beradaptasi dengan lingkungan. Sosialisasi perpajakan dipandang sebagai program yang mampu mengubah persepsi wajib pajak, meningkatkan pengetahuan, dan pada akhirnya mendorong kepatuhan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) menganalisis efektivitas sosialisasi perpajakan dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak UMKM di KPP Pratama Jakarta Sawah Besar Satu; (2) mengidentifikasi hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaannya; dan (3) merumuskan langkah-langkah strategis untuk mengatasi hambatan tersebut.

Sosialisasi perpajakan merupakan salah satu strategi penting Direktorat Jenderal Pajak untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai kewajiban perpajakan. Menurut Dewi & Jati (2018), sosialisasi yang dilakukan secara jelas, teratur, dan menggunakan media yang tepat dapat membantu wajib pajak memahami aturan dan prosedur yang berlaku, sehingga berpotensi meningkatkan kepatuhan. Kepatuhan wajib pajak sendiri didefinisikan sebagai kondisi di mana wajib pajak secara sukarela memenuhi semua kewajiban pajaknya, mulai dari mendaftarkan diri, menghitung, membayar, hingga melaporkan pajak sesuai ketentuan (Zuhdi et al., 2015).

Efektivitas, dalam konteks administrasi publik, mengacu pada tingkat pencapaian tujuan yang telah ditetapkan (Mardiasmo, 2017). Menurut Siagian (2001), efektivitas dapat diukur melalui kejelasan tujuan, strategi pencapaian, perencanaan yang matang, pelaksanaan yang efisien, serta dukungan sarana dan prasarana. Duncan dalam Steers (2020) menambahkan bahwa pencapaian tujuan, integrasi, dan adaptasi merupakan indikator kunci efektivitas program.

UMKM, berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha dengan kriteria modal dan omzet tertentu. UMKM memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian, namun tingkat kepatuhan pajaknya sering terkendala minimnya pengetahuan perpajakan dan persepsi negatif terhadap pajak (Fahmi & Agustina, 2014). Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 memberikan tarif PPh Final sebesar 0,5% bagi UMKM sebagai bentuk kemudahan, namun kebijakan ini tetap memerlukan dukungan sosialisasi intensif agar dapat diimplementasikan secara optimal.

Dengan demikian, teori efektivitas program, konsep kepatuhan pajak, serta karakteristik UMKM menjadi landasan penting dalam menilai sejauh mana sosialisasi perpajakan di KPP Pratama Jakarta Sawah Besar Satu mampu meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan menggambarkan secara mendalam efektivitas sosialisasi perpajakan dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak UMKM di KPP Pratama Jakarta Sawah Besar Satu. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan yang dipilih secara purposive, yaitu pegawai KPP yang terlibat dalam sosialisasi perpajakan serta pelaku UMKM sebagai wajib pajak. Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi KPP, peraturan perundang-undangan, laporan kinerja, serta literatur terkait.

Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Populasi penelitian adalah seluruh Wajib Pajak UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta Sawah Besar Satu, sementara sampel ditentukan secara purposive dengan mempertimbangkan keterwakilan dan relevansi informasi. Operasionalisasi variabel dilakukan dengan memfokuskan variabel utama yaitu efektivitas sosialisasi perpajakan, yang diukur melalui indikator pencapaian tujuan, integrasi, dan adaptasi. Kepatuhan wajib pajak diukur berdasarkan pemenuhan kewajiban pelaporan dan pembayaran pajak sesuai ketentuan yang berlaku. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengukuran variabel efektivitas merujuk pada kriteria persentase pencapaian target sebagaimana diadaptasi dari Munir (Utsman et al., 2022), sehingga hasil analisis dapat menunjukkan tingkat efektivitas program sosialisasi perpajakan secara objektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan yang dilaksanakan oleh KPP Pratama Jakarta Sawah Besar Satu belum sepenuhnya efektif dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Berdasarkan wawancara dengan pegawai KPP, kegiatan sosialisasi telah dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu secara langsung melalui penyuluhan tatap muka dan secara tidak langsung melalui media cetak maupun media sosial. Namun, capaian target kepatuhan menunjukkan fluktuasi yang menandakan bahwa strategi sosialisasi belum mampu menjangkau seluruh wajib pajak secara merata.

Tabel 1 memperlihatkan tren target dan realisasi kepatuhan Wajib Pajak UMKM selama periode 2020–2022. Meskipun pada 2022 tingkat kepatuhan mencapai 90%, hasil ini tidak konsisten bila dibandingkan dengan penurunan pada 2021 yang hanya mencapai 80%. Hal ini mengindikasikan bahwa keberhasilan pada satu periode tidak serta-merta menjamin keberlanjutan efektivitas program.

Tabel 1. Target dan Realisasi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di KPP Pratama Jakarta Sawah Besar Satu Tahun 2020-2022

Tahun	Target Kepatuhan Wajib Pajak UMKM	Realisasi Kepatuhan Pajak UMKM	Persentase %
2020	15.491	13.661	88%
2021	15.257	12.273	80%
2022	12.790	11.909	90%

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Analisis mendalam mengungkap bahwa faktor-faktor yang menghambat efektivitas sosialisasi meliputi banyaknya ketentuan baru yang belum dipahami wajib pajak, perbedaan latar belakang pendidikan dan pengetahuan perpajakan, serta kesulitan menjangkau wajib pajak yang tidak mencantumkan data kontak lengkap. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nugrahni Ratuwalangon et al. (2023) yang menunjukkan minimnya pengetahuan wajib pajak akibat kurangnya intensitas sosialisasi.

Selain itu, observasi di lapangan memperlihatkan bahwa meskipun metode sosialisasi sudah memanfaatkan media digital, konten yang disampaikan belum sepenuhnya disesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman pelaku UMKM. Hal ini memperkuat teori efektivitas program (Mardiasmo, 2017) yang menekankan pentingnya kesesuaian strategi dengan karakteristik sasaran. Upaya yang telah dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut antara lain memberikan edukasi personal, pengiriman pengingat (reminder) melalui pesan singkat, serta kunjungan langsung ke lokasi usaha.

Kebaruan temuan penelitian ini terletak pada identifikasi hubungan antara keterbatasan data wajib pajak dengan rendahnya efektivitas sosialisasi, yang jarang dibahas dalam penelitian terdahulu. Fakta ini menegaskan bahwa keberhasilan sosialisasi tidak hanya ditentukan oleh metode penyampaian informasi, tetapi juga oleh kualitas basis data wajib pajak yang memudahkan interaksi dan tindak lanjut komunikasi. Dengan demikian, optimalisasi sosialisasi perpajakan bagi UMKM memerlukan integrasi strategi edukasi yang adaptif dengan sistem manajemen data yang akurat dan terbaru secara berkala.

Berdasarkan temuan tersebut, rekomendasi strategis yang dapat diajukan meliputi: (1) optimalisasi sistem informasi perpajakan dengan pemutakhiran data wajib pajak secara berkala; (2) diversifikasi media sosialisasi yang disesuaikan dengan karakteristik UMKM, termasuk konten visual dan bahasa yang sederhana; (3) penerapan strategi pendampingan berkelanjutan melalui kanal digital dan tatap muka; serta (4) evaluasi rutin efektivitas setiap metode sosialisasi untuk memastikan keberlanjutan hasil. Dengan pendekatan ini, diharapkan efektivitas sosialisasi dapat meningkat secara konsisten dan memberikan kontribusi signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan yang dilaksanakan KPP Pratama Jakarta Sawah Besar Satu dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak UMKM belum sepenuhnya efektif. Meskipun capaian kepatuhan pada 2022 menunjukkan angka yang cukup tinggi, keberhasilan tersebut belum konsisten antarperiode dan masih dihadapkan pada berbagai hambatan. Faktor-faktor seperti seringnya perubahan ketentuan perpajakan, latar belakang pendidikan dan pengetahuan wajib pajak yang beragam, serta keterbatasan data kontak menjadi kendala utama yang mengurangi daya jangkau dan kualitas sosialisasi. Upaya yang telah dilakukan, seperti edukasi tatap muka, pemanfaatan media cetak dan digital, pengiriman pengingat, dan kunjungan langsung, terbukti membantu, namun perlu disesuaikan lebih lanjut dengan kebutuhan spesifik UMKM. Untuk itu, disarankan agar KPP melakukan pemutakhiran basis data wajib pajak secara berkala, merancang konten sosialisasi yang lebih sederhana dan aplikatif sesuai

karakteristik pelaku usaha, memanfaatkan media digital secara lebih kreatif dan interaktif, serta mengembangkan pola pendampingan berkelanjutan yang mampu menjaga konsistensi kepatuhan dari waktu ke waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanti, L., & Supadmi, N. L. (2020). Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Perpajakan, dan Persepsi atas Efektivitas Sistem Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *E- Jurnal Akuntansi*, 30(2), 326–339. <https://doi.org/10.24843/EJA.2020.v30.i02.p06>
- Arisandy, F. (2017). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak dan Kualitas Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6(2), 1–20.
- Dewi, N. N. A., & Jati, I. K. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, dan Persepsi Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 23(3), 2067–2092. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v23.i03.p16>
- Fahmi, M., & Agustina, T. (2014). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 14(2), 127–140.
- Mardiasmo. (2017). *Perpajakan (Edisi Terbaru)*. Andi Offset.
- Munir, M., Utsman, & Hasanah, N. (2022). Analisis Efektivitas Program Pemerintah Daerah dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. *Jurnal Administrasi Publik*, 9(1), 45– 59.
- Siagian, S. P. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Steers, R. M. (2020). *Efektivitas Organisasi*. Erlangga.
- Zuhdi, M. A., Pambudi, B., & Listyaningsih, E. (2015). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), 1–13.