

LAMPIRAN

Interview Guide

(Pertanyaan Untuk Bidang Penyuluhan Pelayanan dan Hubungan Masyarakat Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Yogyakarta)

1. Bagaimana Kanwil DJP melakukan riset untuk sosialisasi? Apakah memiliki *database* dan mencari tahu kebutuhan masyarakat terlebih dahulu?
2. Bagaimana menentukan tujuan setelah dilakukannya sosialisasi tersebut? apa yang ingin dicapai?
3. Bagaimana kanwil menganalisis rencana yang telah dibuat sosialisasi tersebut? Apakah mengembangkan strategi lagi?
4. Bagaimana DJP Yogyakarta melakukan segmentasi masyarakat?
5. Bagaimana cara DJP melakukan pemilihan media sosialisasi? Atas dasar apa?
6. Bagaimana membuat desain dan mengembangkan pesan?
7. Bagaimana merencanakan manajemen sebelum dan selama melakukan sosialisasi?
8. Apakah DJP melakukan perencanaan secara strategis untuk mencapai tujuan keseluruhan organisasi atau untuk lingkup yang lebih sempit?
9. Rencana yang dilakukan untuk jangka waktu berapa lama?
10. Apakah rencana ini sudah tidak bisa diubah atau fleksibel mengikuti situasi yang sedang terjadi?
11. Bagaimana sosialisasi tersebut dilaksanakan setelah banyaknya perencanaan dan pengembangan yang terjadi?
12. Bagaimana pelaksanaan evaluasi setelah melakukan sosialisasi?

Interview Guide

(Pertanyaan Untuk Wajib Pajak Peserta Sosialisasi dari Kantor Wilayah

Direktorat Jenderal Pajak Yogyakarta)

1. Menurut anda bagaimana komunikator yang melaksanakan sosialisasi?
2. Apa dan bagaimana pesan yang disampaikan oleh DJP?
3. Media sosialisasi apa yang digunakan oleh pihak DJP?
4. Tindakan apa yang akan anda lakukan setelah mendapat informasi melalui sosialisasi tersebut?

TRANSKRIP WAWANCARA

(Informan : Seksi Penyuluhan Bidang Penyuluhan, Pelayanan dan Hubungan Masyarakat Kanwil DJP Yogyakarta, Widya Anggi, 26 April 2017)

Peneliti : Bagaimana Kanwil DJP melakukan riset untuk sosialisasi? Apakah memiliki *database* dan mencari tahu kebutuhan masyarakat terlebih dahulu?

Informan : Dari database, kan ada data WP terdaftar dan pemabayaran pajak dari situ bisa lihat database WP mana yang kelihatan punya potensi tapi membayar masih kurang diusulkan, ada juga kelihatan perekonomian tahun ini yang naik apa dari sektor mana itu juga terutama dari sektor profesi yg jelas notaris PPAT, dokter, karena potensi besar dari situ. Asosiasi PHRI, asosiasi pengusaha mebel, *handycraft*, kita nyasar ke UMKM. Selain dari database kita nyebar ke bidang terkait misal mereka mengusulkan apa nanti kita olah bisa ga kita tuju. Terus dr KPP kita ada kadang-kadang monitoring dan evaluasi, kita panggil rapat bersama, KPP wilayahnya luas terutama Sleman, Wonosari, Bantul sedangkan kita pegawai sedikit, daerah mana yg kira-kira butuh tapi belum pernah ada sosialisasi mksudnya ada potensi untuk bayar pajak.

Database kita seluruh Indonesia, ada Sistem Informasi DJP atau SI DJP untuk internal database bisa lihat dari masing-masing Kanwil, kita ambil data dari situ

data penerimaan, pembayaran, jadi tidak perlu minta ke KPP untuk WP dan yang sudah bayar pajak.

Database memang terpusat tapi otoritas untuk mengambil hanya Kanwil, Kanwil DIY hanya bisa 5 KPP, tidak bisa ke Kanwil Jateng.

Peneliti : Bagaimana kanwil menganalisis rencana yang telah dibuat sosialisasi tersebut? Apakah mengembangkan strategi lagi?

Informan : Rapat evaluasi kanwil evaluasi per KPP karena tujuan bimbingan penyuluhan, bimbingan sosialisasi. Per bidang ke KPP untuk hal beda, P2Humas bimbingan penyuluhan di KPP yang ada seksi ekstensifikasi dan penyuluhan untuk penyuluhan WP baru, WP terdaftar baru, pasti digali potensi dan diberi sosialisasi, ada bimbingan pelayanan di KPP bagaimana standar pelayanan, petugas pelayanan, ada lagi bimbingan pemeriksaan, bimbingan pendaftaran dan lain-lain.

Peneliti : Bagaimana cara DJP melakukan pemilihan media sosialisasi? Atas dasar apa?

Informan : Karena terpusat dari awal tahun ada rencana dari kantor pusat dibagi ke kanwil masing-masing, jadi dari kantor pusat untuk SPT tahunan misalnya, ada pasang baliho, harus pasang iklan, per kanwil sama tergantung kanwil mau menambahkan yang penting harus dilakukan tidak boleh kurang.

Peneliti : Apakah DJP melakukan perencanaan secara strategis untuk mencapai tujuan keseluruhan organisasi atau untuk lingkup yang lebih sempit?

Informan : Penyuluhan juga biasanya dibagi triwulan, jadi rencana dibuat setahun pasti triwulan 1,2,3,4. Triwulan 1 SPT tahunan, triwulan 2 SPT tahunan sebentar April, habis itu bisa penyuluhan ke WP terdaftar, WP baru atau mau masuk ke WP yang sudah ada pembayaran tapi bisa digali lagi dari rencana dari kantor pusat kita menjalankan dan jika ada ide baru terkait itu boleh, tapi yang jelas rencana dari kantor pusat harus dilaksanakan.

Kalau triwulan terakhir tergantung kita menempatkan yang mana, yang jelas dari kantor pusat penyuluhan ke WP ini, ini, ini. Mau milih triwulan mana, mau WP mana terserah. Triwulan 3 dan triwulan 4 kita khususkan untuk WP yang terdaftar, WP yang sudah bayar misalnya. Tapi ternyata kemarin triwulan 3, 1 Juli ada amnesti pajak jadi semua berubah sosialisasi fokus ke amnesti pajak, jadi kita memang pajak peraturan *update* terus, fluktuatif jadi kita mengikuti dan fleksibel.

Pola pertama untuk WP yang rutin bayar, yang jelas untuk triwulan 1 dan 2 SPT tahunan berarti untuk WP sudah terdaftar biasanya di tengah-tengah gali potensi jadi SPT tahunan yang sudah dilaporkan ada beberapa yang dicek, gali potensi lagi kalau masih ada, untuk triwulan terakhir kita sesuaikan mau WP baru atau terdaftar, triwulan terakhir sekaligus buat evaluasi sama ngejar target penerimaan. Jadi triwulan 3 kita evaluasi kita target sekian penerimaan sudah berapa persen, kalau masih jauh kita harus genjot ke WP terdaftar, kalau dia sudah hampir memenuhi atau memenuhi kita gali potensi WP baru.

Peneliti : Bagaimana menentukan tujuan setelah dilakukannya sosialisasi tersebut? Apa yang ingin dicapai?

Informan : Kita harapkan sosialisasi sebenarnya perturan perundang-undangan setelah diundangkan masyarakat harus tau, tapi tidak bisa seperti itu. Kebanyakan WP kalau ditanya misal kita kirim surat himbauan atau ditanya tidak tahu, makanya sosialisasi. Cuma dari perbandingan WP yang ada dengan pegawai pajak yang ada untuk sosialisasi sangat jauh jadi untuk sekarang kita memang harus ekstra sosialisasinya, dengan tujuan untuk mau mengubah perilaku WP dari misal belum punya NPWP, setelah disosialisasi dia ber NPWP, bila dia sudah terdaftar NPWP setelah di sosialisasi dia jadi sadar dan mau bayar pajak, dari dia bayar pajak setelah di sosialisasi dan tau peraturan seharusnya bayar seperti ini, dia bisa menambah apa yang seharusnya dia bayarkan atau evaluasi lagi sebenarnya *self assessment*, bayar sudah benar belum, sebenarnya sosialisasi tujuannya itu, mengubah perilaku WP. Yang ingin dicapai mengubah perilaku semakin meningkat.

Peneliti : Bagaimana DJP Yogyakarta melakukan segmentasi masyarakat?

Informan : Segmentasi sama memang seperti yang tertulis di dalam sistem informasi. Kalau profesi itu masuknya dia ke terdaftar atau WP baru. Misal kita kerjasama dinas UMKM, jadi biasanya UMKM belum punya jadi masuk k WP baru di laporan kita, sosialisasi masuk WP baru, tapi kalau kita sosialisasi PHRI,

dia pasti sudah terdaftar, dari perijinan jadi masuk ke WP terdaftar, jadi WP baru dibawahnya misal LP3I, atau kkn mahasiswa UNY, itu kan calon WP, kl WP baru ke UMKM atau ke pasar kalau WP terdaftar itu notatris, dokter. Di daftar tidak ada yang spesifik karena tidak ada rekap jadi kita melakukan sosialisasi ada catatan, tapi di sistem laporan kita seperti itu. Untuk tahun ini diminta tiap sosialisasi minimal dapat NPWP yang datang tapi kan itu susah, itu masuk ke tujuan berubah perilaku, kalau kita pegang NPWP kan tau setelah sosialisasi ada perubahan perilaku tidak. Baru mulai tahun ini dan itu pun triwulan pertama masih susah karena masih sisa-sisa amnesti pajak.

Peneliti : Apakah ada hambatan dalam program sosialisasi selama satu tahun?

Informan : Masuk ke hambatan, kalau kita pengen sampai tau WP apa aja yang dilakukan setelah sosialisasi kita harus pegang NPWP, soalnya misal kita ngetik daftar hadir dengan nama "Sarno" yang keluar jutaan kita tidak tau yang mana walaupun database kita sudah filter Kanwil Yogya tapi memang banyak banget, jadi harus punya NPWP sedangkan minta NPWP susah, karena peserta bisa tidak bawa.

Kita masih mikir bagaimana caranya itu hambatan sosialisasi, kalau kita sosialisasi ke WP terdaftar kita tau karena kita punya data yang kita undang, yang kita punya data jadi siapa yang datang kita sudah pegang NPWP jadi bisa dilihat disitu untuk yang terdaftar, tapi kalau untuk calon WP dan WP baru belum bisa

dilaksanakan. Pada saat sosialisasi kita minta NPWP pasti ga inget dan kita tidak bisa memaksa.

Peneliti : Bagaimana merencanakan manajemen sebelum dan selama melakukan sosialisasi?

Informan : Jadi tergantung Kanwil masing-masing, misal kita diberi 3 segmentasi. Untuk Yogya setelah dievaluasi dan analisis di Yogya ada pameran seperti kemarin *Jivina : Jogja Internasional Furnitur and Craft* di JEC kita bisa masuk ke situ kan pasti peserta yang ekspor, jadi strategi paling disitu, kita kerjasama dengan DPPKA, sama badan perijinan, mereka ada apa, itu bs merubah rencana tahun ini kalau ada acara. Mengubah rencana lebih ke waktu, misalnya kita konsen ke SPT tahunan dulu terus baru ke WP baru lalu akhir taun WP terdaftar, ternyata awal tahun SPT tahunan ada pameran otomatis ini bisa masuk ke WP terdaftar. Terus P2Humas bikin MoU bekerjasama kepolisian, DPPKA, BPN, bisa minta pertukaran data, setelah pertukaran data ternyata ada potensi disini kalau masuk ke mengembangkan startegi.

Peneliti : Bagaimana membuat desain dan mengembangkan pesan?

Informan : Media sosial dasarnya dari kantor pusat, tidak dikembangkan malah beberapa terutama Indonesia bagian timur masih kurang bisa, karena tidak ada sinyal internet, kalau kantor pusat sudah semua, ada *Hotline, Instagram, Twitter, Facebook*, semua berjalan terus, sedangkan di unit pelaksana belum tentu bisa karena pekerjaan lebih kompleks, di sana ada bidang sndri, kalau di Kanwil di unit pelaksana tidak ada, kalau humas di KPP bagian umum yang urus kepegawaian jadi konsennya beda seperti Kanwil ada seksi sendiri seperti humas yang kerjakan tapi isinya dengan pusat sama, kita bisa bikin sndri tapi tema sama.

Pas SPT tahunan itu format dari kantor pusat semua harus buat, yang amnesti pajak baliho SPT tahunan ada dari kantor pusat memang kita mengejar *branding* DJP. Sosial media semua dari kantor pusat, semua sosial media harus punya tapi beberapa jarang, misal *Path*, yang bisa dikelola yang mana, kalau bisa semua tapi punya medsos tidak pernah *diupdate* sm aja, misal nambahin sendiri *Path* buat sendiri tapi nama kantor. Medsos sama, isinya gambaran umum, tapi untuk sosialisasi gak umum tiap ada kegiatan sosialisasu *diupload*, kalau siaran radio kita upload iklan di *Instagram*. Kalau *Twitter* agak susah, yang paling aktif Instagram karena bisa *link* ke Facebook dan *Twitter*.

Kita dapat *link* kemana harus sosialisasi, tapi tempatnya harus terima, jadi kita biasanya kirim surat, nawarin sosialisasi tentang amnesti pajak, tentang pajak secara umum, awal tahun kirim surat ke semua instansi perusahaan, nanti yang balas mana yang minta sosialisasi, kalau ada permintaan sosialisasi kita penuhi dimanapun dan kapanpun. Undang-undang seperti itu, tapi prakteknya kita tidak bisa mengatur WP mau bagaimana karena otoritas beda sama tentara dan TNI. Kita datang masih bisa ditolak tapi datang kalau dari militer beda perlakuan. Itu yang belum bisa dicapai Indonesia, kalau di luar negeri begitu tahu yang datang dari pajak pasti takut karena penegakan hukum di sini belum maksimal. Makanya tahun ini jika amnesti berakhir akan digenjot penegakan hukum, menyiapkan sel salah 1 strategi koordinasi Kanwil2 dan Kunham di Yogya.

Kerjasama dan minta sel kita publikasi biar WP tahu. Di Kanwil Jateng 2 ada yang sudah masuk sel, kalau dari sini belum tau, masuknya penegakan hukum *law enforcement* itu masuk ke rahasia selama belum dipublikasi. Itu penegakan hukum

dari dulu tiap tahun sebenarnya kita siapkan sel, cuma baru tahun ini kita publikasi dari Jokowi dan Sri Mulyani. Misal ad WP badan yang melanggar, biasanya pengurus, kalau CV yang punya karena orang masuk ke kekayaan perusahaan, kemarin yang sudah masuk sel OP (Orang Pribadi-red), P2Humas ikut publikasi sebelum dan setelah ada yang masuk kalau prosesnya masuk penegakan hukum ada bidangnya namanya Pemeriksaan Penagihan Intlen dan Penyidikan.

Peneliti : Apakah DJP melakukan perencanaan secara strategis untuk mencapai tujuan keseluruhan organisasi atau untuk lingkup yang lebih sempit?

Informan : Manajemen untuk sosialisasi ada tim yang ditunjuk, tenaga penyuluh namanya, yang berangkat ada *session plan*, besok sosialisasi dimana, jam berapa dan yang diomongin. Ada tenaga penyuluh dari Kanwil tapi bukan P2Humas aja, yang menentukan kepala kantor, bukan hanya Kabid P2humas, keputusan kepala kantor ada tenaga penyuluh tiap kantor, bisa ganti tiap tahun, tiap awal tahun membuat tim itu.

Dalam tim tenaga penyuluh ada manajemen sekretaris, kalau P2Humas biasanya manajemen, sekretaris, bendahara, kita yang mengolah persiapan dan laporan sedangkan yang berangkat adalah tenaga penyuluh. P2Humas ambil fungsional pemeriksa, tergantung acara apa, seminar memberikan audiensi tema, level Kakanwil, Kabid P2humas, kalau mengenai sel Kepala Kanwil dan lapas. P2Humas publikasi tiap Kanwil ada tenaga penyuluh, Kanwil ada sendiri. Kalau sosialisasi jadwal, waktu dan materi bisa *dihandle* P2Humas kita yang berangkat,

kalau misal dia minta penjelasan mengenai keberatan banding otomatis yang lebih tau. P2humas lebih ke materi umum seperti amnesti pajak, pajak dalam perekonomian yang lebih umum. Dalam satu seminar jarang ada dua tema yg diminta karena memang sesuai kebutuhan dia. Sosialisasi ini membuka gerbang perkenalan untuk calon WP baru, kalau WP terdaftar ada *gathering* kita pakai data pajak itu sebenarnya 77% APBN dari pajak, sdgkn WP yang membayar berapa persen, seandainya bisa lebih banyak penerimaan maka lebih baik.

Peneliti : Rencana yang dilakukan untuk jangka waktu berapa lama?

Informan : Satu tahun.

Peneliti : Apakah rencana ini sudah tidak bisa diubah atau fleksibel mengikuti situasi yang sedang terjadi?

Informan : Fleksibel.

Peneliti : Bagaimana sosialisasi tersebut dilaksanakan setelah banyaknya perencanaan dan pengembangan yang terjadi?

Informan : Misal direncanakan ternyata pada tengah-tengah ada target sosialisasi jadi ada rencana yang tidak bisa dilaksanakan, karena dari pusat selama ini untungya target yang diberikan triwulan kedua tercapai semua, karena banyaknya permintaan sosialisasi tiap tahun seperti itu malah nambah. Tahun kemarin 5 kali, tahun ini 10, tahun depan 15, berarti tidak usah repot nembusin, kita tetap melakukan prosedur seperti mengirim surat, tapi permintaan sosialisasi jauh lebih banyak dari target. Kebanyakan punya kerjasama dengan dinas pemerintah DPPKAD meminta sosialisasi untuk pengusaha, dia mengumpulkan, dia minta narsum dari DJP, karena biasanya pengusaha jauh lebih nurut kalo pemda yang kumpulkan daripada DJP. Bukan cuma di Yogya, di Indonesia

memang tiap sosialisasi *gathering* pasti ada yang bilang dapat surat dipanggil sebenarnya bimbingan kelas pajak, tapi WP takut duluan, kita lebih ke pihak ketiga, jarang ada acara sendiri.

TRANSKRIP WAWANCARA

(Informan : Peserta Sosialisasi Kanwil DJP Yogyakarta, Widya

Anggi, 26 April 2017)
