

**EFEKTIVITAS KEGIATAN *TELEMARKETING* PROGRAM *TRIPLE ONE*
TERHADAP PEMENUHAN KEWAJIBAN PEMBAYARAN PAJAK PADA
KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA WONOSARI TAHUN 2014**

SKRIPSI

Ditulis dan Diajukan untuk memenuhi syarat Ujian Akhir guna memperoleh Gelar
Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha



Nama : Zaki Akbar Anwariansyah
Nomor Mahasiswa : 133114196
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA
YOGYAKARTA
2015

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk

- Almarhum ayah H.M. Yamin, MBA yang telah menanamkan mimpi-mimpi untuk selalu belajar dan terus melanjutkan pendidikan setinggi-tingginya.
- Mama Hj. Any Farida yang tidak pernah lelah memberikan kehangatan dan semangat selama saya menempuh pendidikan sejak kecil hingga selamanya.
- Bapak/Ibu guru dan dosen yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama saya belajar di SD Muhammadiyah Sokonandi, SMP Negeri 8 Yogyakarta, SMA N 3 Yogyakarta, Proglam Diploma I Balai Diklat Keuangan Malang, Diploma III Sekolah Tinggi Akuntansi Negara dan STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.
- Calon istriku yang akan menjadi guru sepanjang masa bagiku dan anak-anakku kelak, Novaida Nurul Afifah.
- Seluruh keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan kepadaku: Eyang, Pakdhe, Budhe, Om, Tante, Kakak, Adik dan semua saudara tersayang.

Terimakasih kupersembahkan untuk semua dan mohon doa restu untuk kesuksesan-kesuksesan saya di masa yang akan datang.

Zaki Akbar Anwariansyah

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

MOTTO

Dengan berdoa kita raih harapan

Dengan berusaha kita capai cita-cita

Dengan keyakinan kita gapai impian

Dengan kebersamaan kita peroleh kebahagiaan

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penyusunan skripsi yang berjudul “Efektivitas Kegiatan *Telemarketing* Program *Triple One* Terhadap Pemenuhan Kewajiban Pembayaran Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari Tahun 2014” dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak sehingga penulisan skripsi dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada Bapak Drs. H. Jazuli Akhmad selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.

Selanjutnya ucapan terima kasih penulis sampaikan pula kepada:

1. Bapak Moh. Mahsun, S.E., M.Si., Akt selaku ketua STIE Widya Wiwaha
2. Bapak Taufiq, S.E., M.T. selaku Kepala Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari yang telah memberikan ijin perkuliahan hingga penelitian ini
3. Bapak dan Ibu Dosen di STIE Widya Wiwaha yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Orang tua penulis mama Hj. Any Farida dan almarhum ayah H. Moh. Yamin yang sangat banyak memberikan bantuan moril, material, arahan, dan selalu mendoakan keberhasilan dan keselamatan selama menempuh pendidikan.

5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, Agustus 2015

Penulis

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

**EFEKTIVITAS KEGIATAN *TELEMARKETING* PROGRAM *TRIPLE ONE*
TERHADAP PEMENUHAN KEWAJIBAN PEMBAYARAN PAJAK PADA
KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA WONOSARI TAHUN 2014**

Oleh Zaki Akbar Anwariansyah
NIM 133114196

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas kegiatan *telemarketing* program *Triple One* berdasarkan respon wajib pajak dalam melaksanakan pemenuhan kewajiban pembayaran pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari yang memiliki wilayah kerja pada Kabupaten Gunungkidul. Peneliti memilih penelitian tersebut untuk melihat keefektifan pelaksanaan kegiatan *telemarketing* program *Triple One* dalam melakukan pembinaan kepada wajib pajak.

Prosedur penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan analisis tabel frekuensi yaitu upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data (1) mengorganisasikan data; (2) memilah data menjadi satuan yang dapat dikelola; (3) mencari dan menemukan pola; (4) menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari; (5) menyimpulkan; dan (6) reduksi data. Pengambilan data dilakukan dengan studi pustaka (*library research*), studi lapangan, observasi, membandingkan fakta-fakta yang ada, wawancara (*interview*), dan dokumentasi terkait pelaksanaan program *telemarketing Triple One* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari. Analisis yang dilakukan adalah dengan mengubah data sekunder menjadi analisis yang lebih tajam, terstruktur, dan sistematis.

Hasil penelitian ini adalah data analisis terkait keefektifan pelaksanaan program *telemarketing Triple One* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari yang memiliki pengaruh dalam melakukan pembinaan perpajakan. Tingkat efektivitas tersebut dapat dilihat dari data sekunder yang menunjukkan dari 330 wajib pajak terdapat 21,55% melakukan pembayaran pajak setelah mendapatkan pembinaan melalui kegiatan *telemarketing* program *Triple One*.

Kata kunci: *Telemarketing, Triple One, Wajib Pajak.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Batasan masalah	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Pengertian Pajak	8
2.2 Pemasaran.....	15
2.3 Tellemarketing.....	18
2.4 Program <i>Tripple One</i>	21
2.5 PPH Pasal 25	22
2.6 PPH Pasal 4 Ayat 2	24

BAB III	METODE PENELITIAN	25
	3.1 Lokasi Penelitian	25
	3.2 Sumber Data/Jenis Data.....	25
	3.3 Populasi dan Sampel	26
	3.4 Data yang Diperlukan.....	26
	3.5 Metode Pengumpulan Data	26
	3.6 Teknis Analisis Data	28
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
	1.1 Deskripsi Obek Penelitian	31
	1.1.1 Gambaran Umum KPP Pratama Wonosari	31
	1.1.2 Visi dan Misi KPP Pratama Wonosari	33
	1.1.3 Struktur Organisasi KPP Pratama Wonosari.....	33
	1.1.4 Tugas dan Fungsi Pokok dalam Organisasi Kerja Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari.....	36
	1.2 Deskripsi Hasil Penelitian	46
	1.2.1 Deskripsi Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari	46
	1.2.2 Proses Pelaksanaan Program <i>Tripple One</i> di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari	48
	1.2.3 Analisis Efektivitas <i>Triple One</i> berdasarkan Profil Responden	49
	1.2.4 Analisis Efektivitas Program <i>Triple One</i> dalam Mendorong Pemenuhan Kewajiban Pembayaran Pajak ...	56
	1.2.5 Analisis Tingkat Efektivitas Program Telemarketing <i>Triple One</i> di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari.	62

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	63
	5.1 Kesimpulan	63
	5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN		67

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR TABEL

Gambar	Hal
4.1 Pertumbuhan Jumlah Wajib Pajak Orang Pribadi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari	48
4.2 Jumlah Wajib Pajak Orang Pribadi Pembayar Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari	49
4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	51
4.4 Respon Wajib Pajak Berdasarkan Usia	52
4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.6 Respon Wajib Pajak Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.7 Perbandingan Prosentase Pembayar Pajak Sesuai Respon Terhadap Telepon.....	60
4.8 Perbandingan Presentase Jumlah Respon <i>telemarketing</i> Triple One dan Non Triple One di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari.....	61
4.9 Jumlah Wajib Pajak Target Triple One yang Membayar Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
2.1 Konsep Telemarketing Menurut Holden	20
4.1 Struktur Organisasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari.....	36

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1. Daftar pertanyaan wawancara	67
2. Tabel data penelitian wajib pajak target Program <i>Triple One</i>	68
3. Foto Dokumentasi.....	75

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia dikenal sebagai negara hukum yang didasarkan pada Pancasila dan UUD 1945, dimana ke dua konsep kenegaraan tersebut bertujuan untuk mewujudkan tata kehidupan negara dan bangsa yang adil, sejahtera, adil, serta menjamin kedudukan hukum yang sama bagi warganya. Dalam mencapai tujuan tersebut, maka diperlukan sebuah langkah pembangunan nasional yang tentu harus dilaksanakan secara berkesinambungan dan berkelanjutan hingga merata ke seluruh tanah air Indonesia. Namun, untuk mencapai langkah tersebut tentu membutuhkan biaya besar yang salah satunya digali dari sumber kemampuan sendiri.

Dalam hal ini, solusi pemerintah dalam mendapatkan pendapatan adalah dengan berupaya meningkatkan penerimaan negara dari sektor pajak melalui intensifikasi dan ekstensifikasi pemungutan pajak. Upaya tersebut dilakukan seiring dengan semakin dominannya penerimaan pajak dalam RAPBN maupun APBN Indonesia beberapa tahun terakhir.

Pemerintah dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara Perubahan (APBN-P) tahun 2015 membutuhkan dana untuk total belanja negara yang mencapai Rp 1.9994, 9 triliun. Belanja tersebut terdiri dari Belanja Pemerintah Pusat sebesar Rp 1.330, 8 triliun, dan transfer ke daerah dan dana desa sebesar Rp

664, 1 triliun. Sementara itu, target penerimaan pajak tahun 2015 sebesar Rp 1.484,6 triliun dan PNBPN sebesar Rp 281,1 triliun.

Riwayat penerimaan perpajakan nasional tahun 2011 mencapai Rp 878,7 triliun sementara itu pada tahun yang sama realisasi total penerimaan pajak nasional hanya sebesar Rp 873,9 triliun. Hal tersebut berarti realisasi total penerimaan perpajakan nasional yang dilakukan oleh DJP mencapai 99,5%. Sedangkan untuk tahun 2012 nilai realisasinya mencapai 96,5% dan nilai realisasi ini mengalami penurunan pada tahun 2013 menjadi 93,8%.

Sementara itu, realisasi penerimaan perpajakan tahun 2014 juga terus mengalami penurunan menjadi 92%. Penurunan tersebut disebabkan dengan beberapa permasalahan yang diantaranya adalah: (1) Otoritas perpajakan yang masih lemah, baik dari sisi kemampuan penjangkauan wajib pajak maupun dari sisi inovasi kebijakan perpajakan; (2) Lemahnya sistem perencanaan dan implementasi otoritas perpajakan; (3) Tingginya praktik penghindaran pajak dan penggelapan pajak oleh wajib pajak (WP) pribadi dan badan; (4) Terjadinya guncangan dari sisi neraca perdagangan yang berdampak pada depresiasi mata uang rupiah yang menyebabkan munculnya kebijakan fiskal untuk menjaga keseimbangan makro ekonomi dan menyebabkan pemerintah mengeluarkan insentif perpajakan.

Dalam hal ini pajak merupakan alat bagi pemerintah dalam mencapai tujuan untuk mendapatkan penerimaan, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung dari masyarakat guna membiayai pengeluaran rutin serta pembangunan nasional dan ekonomi masyarakat. Menurut undang-undang No.28 Tahun 2007

tentang Perubahan Ketiga atas UU No.6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP) dijelaskan bahwa pajak adalah kontribusi wajib pajak 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. Selain itu, Rochmat Soemitro (via Mardiasmo, 2011: 1) menyatakan bahwa pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Namun, kesadaran masyarakat Indonesia dalam membayar pajak dapat dikatakan cukup rendah seiring dengan pasifnya sosialisasi dari pihak Kantor Pelayanan Pajak dalam melakukan pemenuhan pembayaran pajak. Hasil survei Bank Indonesia (BI) memberi gambaran bahwa banyak sektor UMKM yang menjalani berbagai bidang usaha seperti batik, kerajinan, furnitur, dan sebagainya merasakan keluhan terkait tentang instansi perpajakan. Hal tersebut dikarenakan kurangnya sosialisasi instansi perpajakan sehingga mengakibatkan banyak pelaku industri kecil tidak memahami besaran pajak yang dinilai memberatkan (Fiska, 2010). Padahal, Utami (2008) menegaskan bahwa kepatuhan wajib pajak mutlak diberlakukan guna mencapai suatu efektivitas tingkat penerimaan pajak yang baik terutama bagi Negara Republik Indonesia. Kepatuhan juga dapat diartikan sebagai intensitas wajib pajak untuk mengisi dan melaporkan SPT serta menyetorkan pajak yang terutang berdasarkan UU dan peraturan yang berlaku.

Salah satu upaya dalam melakukan pembinaan terhadap wajib pajak dan sebagai langkah sosialisasi pemenuhan kewajiban pajak tersebut maka digunakanlah program *Triple One*. Program tersebut merupakan suatu upaya pembinaan wajib pajak baru secara terstruktur dan terpolanya yang dilaksanakan melalui telepon, serta dilaksanakan secara bertahap dalam rentang waktu satu minggu, satu bulan, dan satu tahun setelah wajib pajak terdaftar. Sebagai metode baru pelaksanaan pembinaan terhadap wajib pajak baru, program *Triple One* perlu diuji coba sebagai upaya untuk mengetahui metode tersebut dapat dijalankan secara efektif.

Dalam hal ini, sosialisasi perpajakan dinilai mampu menjadi solusi serta mampu menghasilkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap masyarakat, dunia usaha, aparat serta lembaga pemerintah untuk terdorong dalam memahami sekaligus sadar, peduli, dan berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Dari berbagai penjabaran latar belakang masalah tersebut maka penulis tertarik untuk mengangkat ke dalam sebuah penelitian yang berjudul **“Efektivitas Kegiatan Telemarketing Program *Triple One* terhadap Pemenuhan Kewajiban Pembayaran Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari Tahun 2014”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam melakukan pemenuhan kewajiban perpajakan, wajib pajak masih merasa terdapat banyak kendala. Salah satu hal yang cukup menjadi kendala adalah masih rendahnya kesadaran masyarakat dalam memenuhi kewajiban

membayar pajak yang disebabkan pemahaman terhadap kewajiban yang harus dilakukan. Hal tersebut terjadi karena kurangnya sosialisasi terkait kewajiban pemenuhan pembayaran pajak yang seharusnya dilakukan oleh pihak Kantor Pelayanan Pajak.

Pengetahuan wajib pajak terkait kewajiban pembayaran pajak perlu ditingkatkan melalui berbagai upaya, antara lain pemberian penyuluhan pengetahuan perpajakan baik melalui media masa maupun pembinaan secara langsung kepada masyarakat. Salah satu bentuk upaya pembinaan terhadap wajib pajak yang diharapkan efektif adalah melalui program *Triple One* yang menerapkan kegiatan *telemarketing* kepada wajib pajak yang menjadi target program ini. Namun, kegiatan *telemarketing* program *Triple One* belum sepenuhnya efektif dalam mendorong kepatuhan wajib pajak dalam melakukan pembayaran pajak.

1.3 Rumusan Masalah Penelitian

1. Bagaimanakah keefektifan program *Triple One* berdasarkan respon wajib pajak dalam melaksanakan pemenuhan kewajiban pembayaran pajak?
2. Berapa besar tingkat efektivitas program *Triple One* sesuai respon wajib pajak dalam melaksanakan pemenuhan kewajiban pembayaran pajak?

1.4 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini diketahui definisi operasional adalah sebagai berikut:

a. Definisi Efektivitas

Efektivitas merupakan ukuran yang menyatakan seberapa jauh target yang dapat tercapai dengan memberikan hasil yang memuaskan tanpa mengabaikan mutu dan melibatkan seluruh komponen dengan tepat.

b. Definisi Program *Triple One*

Triple one merupakan suatu upaya pembinaan wajib pajak baru secara terstruktur dan terpola yang dilaksanakan melalui telepon, serta dilaksanakan secara bertahap dalam rentang waktu 1 (satu) minggu 1 (satu) bulan dan 1 (satu) tahun setelah wajib pajak terdaftar. Dalam pembinaan ini petugas menyampaikan informasi terkait kewajiban perpajakan, pembayaran pajak, serta pelaporan perpajakan.

c. Definisi Efektivitas Program *Triple One*

Kegiatan *telemarketing* pada program *Triple One* dapat dikatakan efektif apabila wajib pajak merespon telepon petugas dengan menerima telepon sehingga memperoleh informasi terkait kewajiban perpajakan yang harus dipenuhi. Kemudian wajib pajak melakukan kewajiban dalam membayar pajak sesuai dengan aturan yang berlaku, sehingga dapat diperoleh data wajib pajak target program *Triple One* yang melakukan pembayaran.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektifitas kegiatan *telemarketing* program *Triple One* berdasarkan respon wajib pajak dalam melaksanakan pemenuhan kewajiban pembayaran pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari yang memiliki wilayah kerja pada Kabupaten Gunungkidul.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

Teoritis

Sebagai bahan pertimbangan di kantor pajak dalam hal penyuluhan perpajakan dengan kegiatan *telemarketing* program *Triple One* berdasarkan tingkat efektivitas pemenuhan pembayaran pajak.

Praktis

Dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi berbagai pihak antara lain:

1. Bagi Penulis

- 1) Untuk menambah pengetahuan dan kemampuan menganalisis tentang keefektifan pelaksanaan program *Triple One* dalam pemenuhan kewajiban pembayaran pajak.
- 2) Untuk memperluas cakrawala berpikir terutama yang berhubungan dengan keefektifan program *Triple One* dalam pemenuhan kewajiban pembayaran pajak.

3) Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam bidang perpajakan khususnya mengenai keefektifan program *Triple One* dan mencoba mempraktekkan teori yang diperoleh selama pendidikan.

2. Bagi pihak lain

Memberikan sumbangan pemikiran dan pengetahuan kepada masyarakat luas untuk lebih memahami perpajakan, mengenai pemenuhan kewajiban pembayaran pajak.

3. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi Kantor Pelayanan Pajak untuk lebih meningkatkan mutu serta kualitas pelayanan perpajakan sekaligus sebagai bahan acuan untuk mengetahui tingkat keefektifan program *Triple One* dalam upaya pembinaan perpajakan.

1.7 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada pelaksanaan program *Triple One* yang menerapkan kegiatan *telemarketing* terhadap wajib pajak baru dalam pembinaan untuk melaksanakan pemenuhan kewajiban pembayaran pajak. Wajib pajak baru yang menjadi bahan analisis adalah wajib pajak orang pribadi non-karyawan yang terdaftar pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari pada tahun 2014. Pembayaran pajak yang dilakukan oleh wajib pajak adalah pajak penghasilan (PPh) pasal 25 dan PPh pasal 4 ayat (2) yang diatur dalam peraturan pemerintah nomor 46 tahun 2013 tentang pajak penghasilan atas penghasilan yang diterima atau diperoleh dari kegiatan usaha.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pajak

Brotodiharjo (2008: 30) menyatakan bahwa pajak merupakan iuran kepada negara (dapat dipaksakan) yang tentang oleh wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubungan dengan tugas negara yang menyelenggarakan pemerintah.

Selain itu, Soemitro (via Siti Resmi, 2008: 1) menjelaskan bahwa pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan, dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

2.1.1 Unsur-unsur Pajak

Mardiasmo (2011: 1) menyatakan bahwa pajak memiliki unsur-unsur sebagai berikut:

- 1) Iuran dari rakyat kepada negara

Dalam hal ini, yang berhak memungut pajak hanyalah negara. Iuran tersebut berupa uang (bukan barang).

- 2) Berdasarkan Undang-undang, pajak dipungut berdasarkan atau dengan ketentuan Undang-undang serta aturan pelaksanaannya.

- 3) Tanpa jasa timbal balik atau kompensasi dari negara yang secara langsung dapat ditunjuk. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.
- 4) Digunakan untuk membiayai rumah tangga negara

2.1.2 Fungsi Pajak

Dalam pengertian fungsi pajak dapat diklasifikasikan dua fungsi pajak menurut Siti Resmi (2008: 3) yaitu sebagai berikut:

1) Fungsi Budgetair (Sumber Keuangan Negara)

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran baik rutin maupun pembangunan.

2) Fungsi Regulerend (Pengatur)

Pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi, serta mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar bidang keuangan. Burton dan Ilyas (2007:11) menjabarkan fungsi pajak yang saat ini mengemuka yaitu:

1) Fungsi anggaran (*budgetair*)

Merupakan fungsi yang letaknya di sektor publik yaitu fungsi untuk mengumpulkan uang pajak sebanyak-banyaknya sesuai dengan undang-undang yang berlaku pada waktunya akan digunakan untuk membiayai pengeluaran negara dan bila ada surplus akan digunakan sebagai tabungan pemerintah untuk investasi pemerintah.

2) Fungsi mengatur (*regulerend*)

Adalah fungsi pajak yang digunakan sebagai suatu alat untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang letaknya di luar bidang keuangan.

3) Fungsi demokrasi

Merupakan fungsi yang mencerminkan bahwa pajak adalah salah satu penjelmaan atau wujud sistem gotong royong, termasuk kegiatan pemerintah dan pembangunan demi kemaslahatan manusia. Fungsi tersebut sering dikaitkan dengan hak seseorang untuk mendapatkan pelayanan dari pemerintah apabila telah melakukan kewajibannya membayar pajak, bila pemerintah tidak memberikan pelayanan yang baik, pembayar pajak dapat melakukan protes (*complaint*).

4) Fungsi distribusi

Merupakan fungsi yang lebih menekankan pada unsur dalam masyarakat.

Dari penjabaran tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pajak sebagai fungsi penerimaan merupakan sumber dana utama bagi penerimaan dalam negeri yang memberikan kontribusi yang besar terhadap pembangunan. Dalam hal ini, fungsi pajak adalah untuk mengatur dan melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial, politik, dan ekonomi.

2.1.3 Jenis Pajak

Secara garis besar, jenis-jenis pajak dapat dikategorikan ke dalam tiga hal, yaitu berdasarkan golongannya, sifatnya, dan menurut lembaga pemungutnya. Hal tersebut diungkapkan oleh Mardiasmo (2011: 1) bahwa pajak dibagi menjadi beberapa kelompok yang diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Menurut Golongannya

a. Pajak langsung

Pajak yang harus dipikul atau ditanggung sendiri oleh wajib pajak dan tidak dapat dilimpahkan atau dibebankan kepada orang lain.

b. Pajak tidak langsung

Pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain.

2) Menurut Sifatnya

a. Pajak subjektif

Pajak yang berpangkal pada objeknya, dengan memperhatikan keadaan diri wajib pajak.

b. Pajak objektif

Pajak yang berpangkal pada objeknya, tanpa memperhatikan keadaan diri wajib pajak.

3) Menurut Lembaga Pemungutnya

a. Pajak pusat

Pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara.

b. Pajak daerah

Pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah. Dalam hal ini, pajak daerah diklasifikasi sebagai berikut:

1) Pajak Propinsi

2) Pajak Kabupaten/Kota

2.1.4 Wajib Pajak

Menurut Pasal 1 ayat (1) UU No. 28 tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan bahwa yang dimaksud dengan wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan ditentukan untuk melakukan kewajiban perpajakan termasuk pemungutan pajak atau pemotong pajak tertentu. Dalam tahap ini, wajib pajak dituntut untuk melakukan kewajiban perpajakan termasuk pemungut pajak atau pemotong pajak tertentu. Oleh karena itu, pemerintah terus mengupayakan agar wajib pajak memahami sepenuhnya kewajibannya terhadap negara dan mau melaksanakannya dengan itikad baik kewajiban perpajakannya.

2.1.5 Orang Pribadi

Menurut Pasal 2 ayat (3) Huruf a UU PPh adalah sebagai berikut:

“Pada prinsipnya orang pribadi yang menjadi subjek pajak dalam negeri adalah orang pribadi yang bertempat tinggal atau berada di Indonesia. Termasuk dalam pengeritan orang pribadi yg bertempat tinggal di Indonesia adalah mereka yg mempunyai niat untuk bertempat tinggal di Indonesia”.

Dalam hal ini, orang pribadi termasuk sebagai subjek pajak karena telah dimuat dalam Undang-undang perpajakan. Oleh karena itu, penghasilan orang pribadi merupakan pajak subjektif sehingga yang pertama dilihat adalah kondisi

subjeknya. Mardiasmo (2011: 138) membagi pajak ke dalam dua tipe subjek pajak yaitu subjek pajak orang pribadi dalam negeri dan subjek pajak pribadi luar negeri.

1) Subjek Pajak Orang Pribadi dalam Negeri

- a. Orang dianggap subjek dalam negeri bila bertempat tinggal di Indonesia lebih dari 183 hari dalam jangka waktu 12 bulan atau berada di Indonesia dan mempunyai niat untuk bertempat tinggal di Indonesia.
- b. Warisan yang belum sesuai satu kesatuan menggantikan yang berhak dianggap sebagai subjek pajak dalam negeri mengikuti status pewaris, dimana pemenuhan kewajiban pajaknya digantikan oleh warisan tersebut. Selanjutnya bila warisan tersebut telah terbagi maka kewajiban pajaknya berubah kepada ahli waris. Hal tersebut apabila ditinggalkan oleh wajib pajak luar negeri maka warisan tersebut tidak dianggap sebagai subjek pajak.

2) Subjek Pajak Orang Pribadi Luar Negeri

Subjek pajak orang pribadi luar negeri adalah orang pribadi yang tidak bertempat tinggal di Indonesia atau berada di Indonesia tidak lebih dari 183 hari dalam jangka waktu 12 bulan, namun memperoleh penghasilan dari Indonesia, batasan 183 hari adalah batasan waktu (*time test*) yang digunakan untuk memutuskan status wajib pajak jika antara Indonesia untuk memutuskan status wajib pajak jika antara Indonesia dan negara asal wajib pajak belum ada

perjanjian penghindaran pajak berganda. Bila ada, maka batasan waktu didasarkan ketentuan dalam (*Tax Treaty*).

3) Wajib Pajak Orang Pribadi

Mardiasmo (2011: 37) mengungkapkan bahwa wajib pajak khususnya kewajiban yang berhubungan dengan wajib pajak orang pribadi yang diatur dalam UU Perpajakan adalah sebagai berikut:

1. Kewajiban untuk mendaftarkan diri sebagai pemotong pajak penghasilan, pasal 2 KUP menegaskan bahwa setiap wajib pajak mendaftarkan diri pada Direktorat Jenderal Pajak yang wilayah kerjanya meliputi tempat tinggal atau tempat kedudukan wajib pajak dan kepadanya diberikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
2. Kewajiban melakukan pemotongan atau pemungutan pajak, dilakukan oleh wajib pajak terhadap pihak lain dalam rangka melaksanakan kewajiban perpajakannya.
3. Kewajiban mengisi dan menyampaikan SPT masa pajak penghasilan orang pribadi, pasal 3 ayat (1) Undang-undang KUP menegaskan bahwa setiap wajib pajak mengisi SPT dalam bahasa Indonesia dengan menggunakan huruf latin, angka arab, satuan mata uang rupiah, dan menandatangani serta menyampaikannya ke kantor pajak tempat wajib pajak terdaftar.
4. Kewajiban membayar atau menyetor pajak, menurut pasal 10 ayat (1) UU KUP kewajiban membayar dan menyetor pajak dilakukan di kas

negara melalui kantor pos atau Bank BUMN atau BUMD atau tempat pembayaran lain yang ditetapkan oleh Menteri Keuangan.

5. Kewajiban membuat pembukuan atau pencatatan, pasal 28 ayat (1) UU KUP.
6. Kewajiban mentaati pemeriksaan, pasal 29 ayat (3) UU KUP.

2.2 Pemasaran

Stanton (via Swastha & Handoko, 2000: 4) menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Selain itu, Kotler (2000: 19) mendefinisikan bahwa pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial, dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain. Sementara itu, Saladin (2003: 1) mengemukakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Dalam tahap ini, maka pemasaran dapat didefinisikan sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang

dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

2.2.1 Tujuan Pemasaran

Kotler (2002: 15) mengemukakan bahwa pemasaran mempunyai tujuan untuk membangun hubungan jangka panjang yang saling memuaskan dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan utama pelanggan, pemasok, distributor dalam rangka mendapatkan serta mempertahankan referensi dan kelangsungan bisnis jangka panjang mereka. Selain itu, Alma (2004: 5) menjelaskan bahwa tujuan pemasaran diantaranya adalah sebagai berikut.

- 1) Untuk mencari keseimbangan pasar, antara *buyer's market* dan *seller's market*, mendistribusikan barang dan jasa dari daerah surplus ke daerah minus, dan produsen ke konsumen, dari pemilik barang dan jasa ke calon konsumen.
- 2) Tujuan pemasaran yang utama adalah memberikan kepuasan kepada konsumen. Tujuan tersebut bukan komersial atau mencari laba. Tetapi tujuan pertama adalah memberi kepuasan kepada konsumen, sehingga dengan adanya tujuan tersebut dapat memberikan kepuasan ini, maka kegiatan marketing meliputi berbagai lembaga produsen. Istilah marketing meliputi marketing yayasan, marketing lembaga pendidikan, marketing pribadi, marketing masjid, marketing non profit organization. Tujuan pemasaran lembaga-lembaga non-profit ini

adalah membuat kepuasan kepada konsumen, nasabah, jamaah, murid, rakyat, yang akan menikmati produk yang dihasilkannya. Oleh sebab itu, lembaga-lembaga tersebut harus mengenal betul siapa konsumen, jamaah, dan murid yang akan dilayaninya. Dalam tahap ini, jika konsumen merasa puas, maka masalah keuntungan akan datang dengan sendirinya. Produsen akan memetik keuntungan secara terus menerus, sebagai hasil dari memberi kepuasan kepada konsumennya.

2.2.2 Jenis Komunikasi Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong (2008: 204), “ dalam membentuk bauran promosi, sebuah pemasaran harus menyadari sejumlah aturan hukum dan masalahh etika di sekitar komunikasi pemasaran”. Sebagian pemasar bekerja keras untuk berkomunikasi secara terbuka dan jujur kepada konsumen dan penjual. Secara hukum perusahaan harus menghindari iklan yang salah atau menipu. Pengiklan tidak boleh membuat klaim yang salah, seperti menyarankan yang bahwa sebuah produk memberikan solusi padahal tidak. Selain itu, wiraniaga perusahaan harus mengikuti peraturan “persaingan sehat”.

2.2.3 Pemasaran Langsung

Hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respons segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng (Kotler dan Amstrong 2008: 117).

Bauran promosi ini digunakan untuk mengkomunikasikan kegiatan perusahaan kepada konsumen. Komunikasi yang aktif akan mengubah tingkat laku konsumen dan akan memperkuat tingkah laku yang telah diubah sebelumnya.

2.3 *Telemarketing*

Telemarketing merupakan sebuah cara baru dalam bidang pemasaran yang menggunakan teknologi komunikasi sebagai bagian dari program pemasaran yang teratur dan terstruktur. *Telemarketing* (pemasaran jarak jauh) adalah penggunaan telepon dan pusat panggilan (*call centre*) untuk menarik prospek, menjual kepada pelanggan yang telah ada dan menyediakan layanan dengan mengambil pesanan dan menjawab pertanyaan melalui telepon. *Telemarketing* membantu perusahaan dalam meningkatkan pendapatan, mengurangi biaya penjualan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Kotler, 2009: 245).

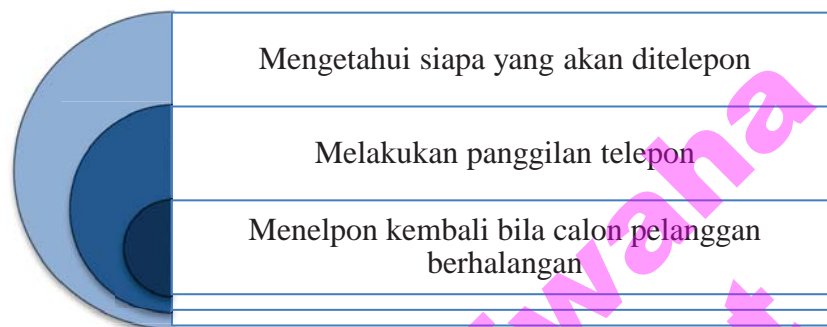
Dalam hal ini, maka *telemarketing* merupakan strategi yang dapat membawa personil yang terlatih ke dalam kontak yang terkomputerisasi dengan pelanggan yang potensial dan menjaga supaya kontak tersebut menguntungkan.

2.3.1 Konsep *Telemarketing*

Menurut Holden (2004: 4), konsep *Telemarketing* terbagi ke dalam 3 bagian yaitu:

- 1) Mengetahui siapa yang akan ditelepon
- 2) Melakukan panggilan telepon
- 3) Menelpon kembali bila calon pelanggan berhalangan

Gambar 2.1
Konsep *Telemarketing* menurut Holden (2004: 4)



2.3.2 Jenis-jenis *Telemarketing*

Kotler (2000: 246) mengategorikan jenis-jenis *telemarketing* ke dalam dua kategori yaitu *Inbound Telemarketing* dan *Outbound Telemarketing*. Hal tersebut dijelaskan sebagai berikut.

1) *Inbound Telemarketing*

Inbound Telemarketing merupakan panggilan telepon yang dilakukan oleh pelanggan dan calon pelanggan yang cukup tertarik dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Selama panggilan, TSR (*Telephone Sales Representation*), yang biasa disebut sebagai *telesales*, akan menganggap bahwa informasi-informasi tentang pesanan atau mencoba untuk memperbanyak pesanan pelanggan dan calon pelanggan dengan menyarankan produk-produk pelengkap lainnya. Program *Inbound Telemarketing* yang sukses dapat dibentuk dengan perhatian yang khusus pada faktor-faktor seperti jenis-jenis pelayanan telepon yang dipilih,

penyedia layanan, dan perancangan periklanan yang menggunakan nomor telepon.

2) *Outbound Telemarketing*

Outbound Telemarketing adalah untuk menjual produk atau layanan kepada pelanggan yang baru maupun yang sudah ada. *Outbound Telemarketing* dilakukan melalui telepon untuk meningkatkan penjualan dan mengerti permintaan pelanggan. *Outbound Telemarketing* juga dapat digunakan untuk memberitahukan pelanggan tentang penundaan pengiriman barang karena faktor-faktor yang tak terduga, masalah yang mungkin terjadi dalam pemesanan barang ataupun untuk mengetahui ketertarikan pelanggan pada produk atau layanan yang ditawarkan.

2.4 Program *Triple One*

Pembinaan wajib pajak dapat dilakukan melalui berbagai upaya, antara lain pemberian penyuluhan pengetahuan perpajakan baik melalui media masa maupun penerangan langsung dalam masyarakat. Salah satu pembinaan terhadap wajib pajak yang diharapkan dapat efektif adalah melalui program *Triple one*. *Triple one* merupakan suatu upaya pembinaan wajib pajak baru secara terstruktur dan terpola yang dilaksanakan melalui telepon, serta dilaksanakan secara bertahap dalam rentang waktu 1 (satu) minggu 1 (satu) bulan dan 1 (satu) tahun setelah wajib pajak terdaftar.

Dalam rangka mendukung uji coba pelaksanaan pembinaan Wajib Pajak Baru melalui program *Triple one*, diperlukan kerjasama dan sinergi dari unit kerja

di lingkungan Direktorat Jendral Pajak (DJP) agar uji coba ini berjalan dengan efektif dan efisien. Selain itu diperlukan pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing unit untuk melaksanakan perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi, serta identifikasi resiko terkait uji coba ini. Uji coba pelaksanaan Wajib Pajak Baru melalui program *Triple One* dilakukan terhadap wajib pajak orang pribadi selain wajib pajak orang pribadi karyawan, serta yang mendaftarkan diri, serta belum pernah melakukan pembayaran pajak atau melakukan pelaporan pajak untuk pertama kali.

2.5 PPh Pasal 25

Wajib Pajak (WP), baik berupa Orang Pribadi atau pun Badan yang melakukan suatu kegiatan usaha dikenai Pajak Penghasilan Pasal 25 (PPh Pasal 25) berupa angsuran PPh tiap bulannya. Keterlambatan, baik dalam menyetor maupun melapor, dapat dikenai sanksi sesuai ketentuan dan peraturan yang berlaku.

Pajak Penghasilan Pasal 25 (PPh Pasal 25) adalah pembayaran Pajak Penghasilan secara angsuran. Tujuannya adalah untuk meringankan beban Wajib Pajak, mengingat pajak yang terutang harus dilunasi dalam waktu satu tahun. Pembayaran ini harus dilakukan sendiri dan tidak bisa diwakilkan. Wajib Pajak untuk setiap bulan sebesar Pajak Penghasilan yang terutang pajak tahun lalu, yang dikurangi dengan:

1. Pajak Penghasilan yang dipotong sesuai Pasal 21 (yaitu sesuai Tarif Pasal 17 ayat (1) bagi pemilik NPWP dan tambahan 20% bagi yang tidak

memiliki NPWP) dan Pasal 23 (15% berdasarkan dividen, bunga, royalti, dan hadiah - serta 2% berdasarkan sewa dan penghasilan lain serta imbalan jasa) - serta Pajak Penghasilan yang dipungut sesuai Pasal 22 (pungutan 100% bagi yang tidak memiliki NPWP).

2. Pajak Penghasilan yang dibayar atau terutang di luar negeri yang boleh dikreditkan sesuai Pasal 24, lalu dibagi 12 atau total bulan dalam pajak masa setahun.

Terdapat dua (2) jenis pembayaran angsuran Pajak Penghasilan Pasal 25 (PPh Pasal 25) untuk Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP), yaitu:

1. Wajib Pajak Orang Pribadi Pengusaha Tertentu (WP – OPPT), yaitu yang melakukan usaha penjualan barang, baik grosir maupun eceran, serta jasa dengan satu atau lebih tempat usaha. PPh 25 bagi OPPT = $0.75\% \times \text{omzet bulanan tiap masing-masing tempat usaha}$.
2. Wajib Pajak Orang Pribadi Selain Pengusaha Tertentu (WP – OPSPT), yaitu pekerja bebas atau karyawan, yang tidak memiliki usaha sendiri. PPh 25 bagi OPSPT = $\text{Penghasilan Kena Pajak (PKP)} \times \text{Tarif PPh 17 ayat (1) huruf a UU PPh (12 bulan)}$.

Tarif PPh 17 ayat (1) huruf a UU PPh adalah:

- Sampai Rp.50.000.000 = 5%
- Rp.50.000.000 – Rp.250.000.000 = 15%
- Rp.250.000.000 – Rp.500.000.000 = 25%

- Di atas Rp.500.000.000 = 30%

Pembayaran angsuran PPh 25 untuk Wajib Pajak Badan yaitu = Penghasilan Kena Pajak (PKP) x 25% (Tarif Pasal 17 ayat (1) huruf b UU PPh).

2.5 PPh Pasal 4 ayat 2

PPh pasal 4 ayat 2 adalah pajak atas penghasilan sebagai berikut.

1. Penghasilan berupa bunga deposito dan tabungan lainnya, bunga obligasi dan surat utang negara, dan bunga simpanan yang dibayarkan oleh koperasi kepada anggota koperasi orang pribadi.
2. Penghasilan berupa hadiah undian.
3. Penghasilan dari transaksi saham dan sekuritas lainnya, transaksi derivatif yang diperdagangkan di bursa, dan transaksi penjualan saham atau pengalihan penyertaan modal pada perusahaan pasangannya yang diterima oleh perusahaan modal ventura.
4. Penghasilan dari transaksi pengalihan harta berupa tanah dan/atau bangunan, usaha jasa konstruksi, usaha real estate, dan persewaan tanah dan/atau bangunan.
5. Penghasilan tertentu lainnya, yang diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Pemerintah.

Pajak penghasilan tertentu lainnya pada poin 5 di atas merupakan objek PPh pasal 4 ayat 2 yang diatur dalam peraturan pemerintah nomor 46 tahun 2013

yang menjelaskan tentang objek pajak yang dikenai pajak penghasilan dalam hal ini adalah penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak dengan peredaran bruto atau omset yang tidak melebihi Rp 4,8 miliar dalam satu tahun pajak. Pajak yang terhutang dan harus dibayar adalah 1% dari jumlah peredaran bruto atau omset. Yang Bukan Objek Pajak Penghasilan sesuai PP Nomor 46 Tahun 2013 harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Penghasilan dari jasa sehubungan dengan Pekerjaan Bebas, seperti misalnya: dokter, advokat/pengacara, akuntan, notaris, PPAT, arsitek, pemain musik, pembawa acara;
- b. Penghasilan dari usaha yang dikenai PPh Final (Pasal 4 ayat (2)), seperti misalnya sewa kamar kos, sewa rumah, jasa konstruksi (perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan), PPh usaha migas, dan lain sebagainya yang diatur berdasarkan Peraturan Pemerintah tersendiri.

Subjek Pajak Penghasilan sesuai PP Nomor 46 Tahun 2013, adalah:

- a. Orang Pribadi;
- b. Badan, tidak termasuk Bentuk Usaha Tetap (BUT) yang menerima penghasilan dari usaha dengan peredaran bruto (omzet) yang tidak melebihi Rp4,8 miliar dalam 1 (satu) Tahun Pajak.

Pengecualian Subjek Pajak Penghasilan sesuai PP Nomor 46 Tahun 2013 adalah:

- a. Orang Pribadi yang melakukan kegiatan usaha perdagangan dan/atau jasa yang menggunakan sarana yang dapat dibongkar pasang dan menggunakan sebagian

atau seluruh tempat untuk kepentingan umum. Misalnya: pedagang keliling, pedagang asongan, warung tenda di area kaki-lima, dan sejenisnya;

b. Badan yang belum beroperasi secara komersial atau yang dalam jangka waktu 1 (satu) tahun setelah beroperasi secara komersial memperoleh peredaran bruto (omzet) melebihi Rp4,8 miliar.

Pajak Penghasilan yang diatur oleh PP Nomor 46 Tahun 2013 termasuk dalam setoran bulanan PPh Pasal 4 ayat (2) bukan PPh Pasal 25. Penyetoran paling lambat tanggal 15 bulan berikutnya dengan menggunakan Surat Setoran Pajak (SSP). Jika SSP sudah validasi NTPN, Wajib Pajak tidak perlu melaporkan SPT Masa PPh Pasal 4 ayat (2) karena dianggap telah menyampaikan SPT Masa PPh Pasal 4 ayat (2) sesuai tanggal validasi NTPN. Penghasilan yang dibayar berdasarkan PP Nomor 46 Tahun 2013 dilaporkan dalam SPT Tahunan PPh pada kelompok penghasilan yang dikenai pajak final dan/atau bersifat final.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari yang beralamatkan di Jalan KH Agus Salim No. 170B, Kepek, Wonosari, Kabupaten Gunungkidul.

3.2 Sumber Data/Jenis Data

Data yang diperlukan meliputi data sekunder yaitu data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Dalam penelitian ini diperoleh data dari Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari yaitu berupa jumlah Wajib Pajak terdaftar serta data laporan hasil pelaksanaan program *Triple One*. Hal tersebut dapat dikatakan sebagai data sekunder karena berasal dari dokumen-dokumen grafis seperti tabel, catatan, foto, grafik, dan lain sebagainya (Arikunto, 2010: 22).

Sedangkan data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, yakni subjek penelitian atau informan yang berkenaan dengan variabel yang diteliti atau data yang diperoleh dari responden secara langsung (Arikunto. 2010: 22). Dalam penelitian ini, data primer berupa hasil wawancara mengenai pelaksanaan kegiatan *Telemarketing* program *Triple One*.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi objek penelitian meliputi wajib pajak baru yang terdaftar pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari pada tahun 2014. Sampel penelitian meliputi wajib pajak baru terdaftar pada Kantor Pelayanan Pajak yang menjadi target program *Triple One* berjumlah 330 wajib pajak. Sampel penelitian ini ditentukan dengan teknik sampel jenuh (*sensus*). *Sampling Jenuh* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2009:68).

3.4 Data yang Diperlukan

Data yang diperlukan dalam penelitian ini di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Data jumlah Wajib Pajak terdaftar
2. Data jumlah Wajib Pajak yang melakukan pembayaran pajak
3. Data jumlah Wajib Pajak yang menjadi target program *Triple One*
4. Data jumlah Wajib Pajak yang mengangkat telepon dari petugas *Triple One*
5. Data jumlah Wajib Pajak yang melakukan pembayaran pajak setelah merespon telepon dari petugas *Triple One*

3.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data yang akurat dan relevan, maka penulis menggunakan suatu metode yaitu:

1. Studi Kepustakaan (*library research*)

Yaitu bentuk pengambilan data dengan cara membaca buku-buku yang memiliki keterkaitan maupun hubungan dengan masalah yang akan dikaji.

2. Studi lapangan

Penelitian ini dilakukan terhadap kegiatan dari seluruh objek penelitian yang meliputi:

3. Metode Observasi atau Pengamatan

Melakukan pengamatan dan mengumpulkan data secara langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan efektivitas program Triple One dalam melakukan kegiatan pemenuhan kewajiban pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari.

4. Membandingkan fakta-fakta yang ada di lapangan dengan teori pelaksanaan.

5. Interview atau wawancara

Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan wawancara langsung dengan pegawai yang terkait dengan pelaksanaan kegiatan *Telemarketing* program *Triple One* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari.

6. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mengumpulkan bahan-bahan yang tertulis berupa data yang diperoleh dari perpustakaan maupun dari Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari. Menurut Sugiyono (2009: 240), dokumen merupakan suatu catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa foto, gambar, serta data-data mengenai pemenuhan wajib pajak dengan program Triple One.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Deskriptif Kualitatif

Penelitian ini dilakukan dengan analisis deskriptif kualitatif dengan analisis tabel frekuensi yaitu upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, kemudian memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa langkah awal dari analisis data adalah mengumpulkan data yang ada, menyusun secara sistematis, kemudian mempresentasikan hasil penelitian tersebut kepada orang lain.

3.6.2 Reduksi Data

Reduksi data merupakan bagian dari analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik kesimpulan. Analisis data penelitian ini dimulai dengan melakukan wawancara mendalam dengan informasi kunci, yaitu seseorang yang benar-benar memahami dan mengetahui objek yang akan diteliti. Setelah melakukan wawancara, analisis data dimulai dengan membuat transkrip hasil wawancara dengan cara memutar kembali rekaman hasil wawancara, mendengarkan dengan seksama, kemudian menuliskan kata-kata yang didengar sesuai dengan apa yang di dalam rekaman tersebut. Setelah itu, peneliti menulis hasil wawancara tersebut menjadi sebuah transkrip, selanjutnya peneliti harus membaca secara cermat untuk kemudian dilakukan reduksi data. Peneliti

membuat reduksi data dengan cara membuat abstraksi, yaitu mengambil dan mencatat kembali informasi-informasi yang bermanfaat sesuai dengan konteks penelitian atau mengabaikan kata-kata yang tidak perlu sehingga didapatkan inti kalimatnya saja, namun bahasanya disesuaikan dengan bahasa informan tersebut.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari

1. Sejarah Berdirinya Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari berdiri pada tanggal 30 Oktober 2007, dimana kantor tersebut merupakan gabungan dari Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua dan Kantor Pelayanan PBB Bantul. Hal tersebut sesuai dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor: 132/PMK.01.2006 tentang Organisasi dan Tata Kerja Instansi Vertikal Direktorat Jenderal Pajak sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor: 55/PMK.01/2007. Selain itu, wilayah kerja Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari meliputi Kabupaten Gunungkidul dengan luas wilayah 1.4835,36 km². Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari menempati gedung kantor yang terletak di Jalan KH Agus Salim 170 Kepek, Wonosari, Gunungkidul.

2. Tugas Pokok Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari mempunyai tugas berupa melaksanakan penyuluhan dan pelayanan pajak Negara serta melakukan pengawasan Wajib Pajak (WP) dalam wilayah wewenangnya berdasarkan pertauran perundang-undangan yang berlaku. Pajak-pajak Negara yang dimaksud

adalah Pajak Pertambahan Nilai (PPn) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM).

3. Fungsi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari menyelenggarakan fungsi yang di antaranya sebagai berikut.

1. Pengumpulan dan pengolahan data, penyajian informasi perpajakan, pengamatan potensi perpajakan, dan ekstensifikasi wajib pajak.
2. Penelitian dan penatausahaan Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan, Surat Pemberitahuan (SPT) Masa serta berkas wajib pajak.
3. Pengawasan pembayaran masa pajak penghasilan, Pajak Pertambahan Nilai (PPn), pajak penjualan atas barang mewah, dan pajak tidak langsung lainnya.
4. Penatausahaan piutan pajak, penerimaan, penagihan, penyelesaian keberatan, penatausahaan banding, dan penyelesaian restitusi Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPn), pajak penjualan atas barang mewah dan pajak tidak langsung lainnya.
5. Pemeriksaan sederhana dan penerapan sanksi perpajakan.
6. Penerbitan Surat Ketetapan Pajak (SKP).
7. Pembetulan Surat Ketetapan Pajak (SKP).
8. Pengurangan sanksi pajak.
9. Penyuluhan dan konsultasi perpajakan.
10. Pelaksanaan administrasi Kantor Pelayanan Pajak (KPP).

4.1.2 Visi dan Misi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari

Dalam menjalankan tugas-tugasnya Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari mempunyai visi dan misi sebagai berikut.

1. Visi

Menjadi institusi pemerintah yang menyelenggarakan sistem administrasi perpajakan yang efektif, efisien, dan dipercaya masyarakat dengan integritas, dan profesionalisme yang tinggi.

2. Misi

Menghimpun penerimaan pajak negara berdasarkan Undang-Undang (UU) perpajakan yang mampu mewujudkan kemandirian pembiayaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) melalui sistem administrasi perpajakan yang efektif dan efisien.

4.1.3 Struktur Organisasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari

Dalam melaksanakan fungsinya sebagai lembaga yang melayani perpajakan, Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari membentuk struktur organisasi agar memudahkan dalam pelayanan dan dapat lebih terorganisir. Tata kerja semua unsur dalam struktur organisasi dalam melaksanakan tugasnya menerapkan prinsip organisasi, integrasi, dan sinkronisasi. Sementara itu, mekanisme hubungan antar unsur diatur berdasarkan asas organisasi garis dan staf. Struktur organisasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari tersebut terdiri dari:

1. Kepala Kantor
2. Sub. Bagian Umum DAN Kepatuhan Internal
3. Seksi Pengolahan Data dan Informasi (PDI)
4. Seksi Pelayanan
5. Seksi Penagihan
6. Seksi Ekstensifikasi dan Penyuluhan
7. Seksi Pengawasan dan Konsultasi
8. Seksi Pemeriksaan
9. Fungsional Pemeriksa

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari



Sumber: Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari

4.1.4 Tugas dan Fungsi Pokok dalam Organisasi Kerja Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari

Dalam mencapai tujuan organisasi, Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari membagi tugas operasionalnya ke dalam setiap seksi-seksi yang di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Kepala Kantor

1. Uraian Tugas dan Kegiatan

- a. Mengkoordinasikan penyusunan rencana kerja Kantor Pelayanan Pajak sebagai bahan penyusunan rencana strategik Kantor Wilayah.
- b. Mengkoordinasikan penyusunan rencana pengamanan penerimaan pajak berdasarkan potensi pajak, perkembangan kegiatan ekonomi, keuangan, dan realisasi penerimaan tahun lalu.
- c. Mengkoordinasikan pelaksanaan tindak lanjut Nota Kesepahaman (MoU) sesuai arahan kepala kantor wilayah.
- d. Mengkoordinasikan rencana pencarian data strategis dan potensial dalam rangka intensifikasi/ekstensifikasi perpajakan.
- e. Mengkoordinasikan pelaksanaan pencarian data yang strategis dan potensial dalam rangka intensifikasi/ekstensifikasi perpajakan.

- f. Mengkoordinasikan pengolahan data yang sumber datanya strategis dan potensial dalam rangka intensifikasi/ ekstensifikasi perpajakan.
- g. Mengkoordinasikan pembuatan risalah perincian dasar pengenaan pemotongan atau pemungutan pajak atas permintaan wajib pajak berdasarkan hasil penghitungan ketetapan pajak.
- h. Mengkoordinasikan pengolahan data guna menyajikan informasi perpajakan.
- i. Mengkoordinasikan penyusunan monografi perpajakan.
- j. Mengkoordinasikan pemantauan laporan dan pembayaran masa dan tahunan PPh dan pembayaran masa PPN/PPn BM untuk mengetahui tingkat kepatuhan wajib pajak serta mengendalikan pelaksanaan pemeriksaan pajak.

7. Tanggung Jawab

- a. Kebenaran usul, saran, telaahan, dan pemecahan masalah di bidang perpajakan.
- b. Keberhasilan realisasi target intensifikasi/ ekstensifikasi perpajakan.
- c. Kebenaran penetapan, pengurangan, dan pembebasan besarnya pajak yang terutang.
- d. Usul perubahan LPP.
- e. Kebenaran pembebasan pembayaran pajak.

- f. Kebenaran besarnya kelebihan pembayaran pajak.
 - g. Pemaksaan dan penyitaan kekayaan Wajib Pajak yang mempunyai tunggakan.
 - h. Kebenaran pemindahan proses penelitian material dan pemeriksaan.
 - i. Kebenaran penangguhan pembayaran pajak.
 - j. Kebenaran penolakan pemberian informasi dan data perpajakan kepada pihak-pihak yang tidak berkepentingan.
 - k. Kebenaran penelitian salah tulis, salah hitung atas STP dan SKP yang ditetapkan.
 - l. Penilaian dan penandatanganan DP3 pegawai bawahan.
 - m. Usulan mutasi/promosi kepegawaian.
1. Seksi Subag Umum dan Kepatuhan Internal

Mengkoordinasikan tugas pelayanan kesekretariatan dengan cara mengatur kegiatan tata usaha dan kepegawaian, keuangan serta rumah tangga dan perlengkapan untuk menunjang kelancaran tugas Kantor Pelayanan Pajak serta melakukan kontrol kepatuhan internal.

1. Fungsi
- a. Pelaksanaan urusan kepegawaian dan pemantauan penerapan kode etik
 - b. Pelaksanaan urusan keuangan
 - c. Pelaksanaan urusan tata usaha

- d. Pelaksanaan urusan rumah tangga dan perlengkapan
- e. Pelaksanaan urusan bantuan hukum dan penyusunan laporan
- f. Pelaksanaan penyusunan rencana strategik dan laporan akuntabilitas
- g. Pelaksanaan pengawasan kepatuhan internal satuan kerja

2. Struktur Sub.Bagian Umum

a. Sub.bagian Kepegawaian

1. Pramu Persuratan

a) Uraian Tugas dan Kegiatan

- 1) Menyelenggarakan pengurusan surat-surat masuk atau berkas dokumen yang diterima sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- 2) Menyelenggarakan pengurusan surat keluar agar komunikasi administrasi berjalan dengan lancar
- 3) Menyimpan surat dan dokumen untuk memudahkan penemuan kembali surat atau dokumen yang diperlukan

b) Tanggung Jawab

- 1) Usul, saran, pendapat yang diajukan mengenai pelaksanaan tugas.
- 2) Penyediaan bahan penyusunan rencana kerja Sub.bagian Umum.

2. Pemroses Urusan Kepegawaian

a) Uraian Tugas dan Kegiatan

- 1) Membuat konsep rencana kerja Sub. bagian Umum
- 2) Menyiapkan bahan penyusunan konsep usulan penangkatan CPNS menjadi Pegawai Negeri Sipil sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- 3) Menyiapkan bahan penyusunan konsep usulan kenaikan pangkat pegawai golongan II/d ke bawah sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- 4) Membuat konsep Surat Pemberitahuan Kenaikan Gaji Berkala sesuai ketentuan yang berlaku
- 5) Menyiapkan bahan penyusunan konsep usulan calon peserta diklat

b) Tanggung Jawab

- 1) Usul, saran, dan pendapat mengenai pelaksanaan tugas
- 2) Kelengkapan bahan penyusunan konsep rencana kerja Sub. bagian Umum
- 3) Kelengkapan bahan-bahan yang berkaitan dengan masalah kepegawaian
- 4) Tertatanya arsip kepegawaian dan berkas kepegawaian

3. Sub. bagian Keuangan

1. Uraian Tugas dan Kegiatan

- a. Melaksanakan pengelolaan pembayaran gaji/ rapel gaji/ kekurangan gaji, Tunjangan Kinerja/ rapel Tunjangan Kinerja/ kekurangan Tunjangan Kinerja, Insentif, dan lembur para pegawai.
- b. Memperbarui data daftar gaji berdasarkan mutasi kepegawaian
- c. Membuat konsep Daftar Perencanaan Pembiayaan Kantor Pelayanan Pajak
- d. Menyiapkan surat permintaan pembayaran/ SPP sebagai uang persediaan (UP) atau UP tambahan
- e. Menyiapkan SPM-LS sebagai pembayaran langsung atas tagihan pihak ketiga

2. Tanggung Jawab

- a. Usul, saran, dan pendapat yang diajukan mengenai penerimaan, penyimpanan, dan pembayaran gaji/Tunjangan Kinerja
- b. Pengelolaan pembayaran gaji/Tunjangan Kinerja
- c. Penandatanganan SPP
- d. Kebenaran pemotongan pembayaran gaji/Tunjangan Kinerja terhadap pegawai atas kewajiban pembayaran hutangnya

- e. Kebenaran daftar rekap absensi para pegawai di lingkungan Kantor Pelayanan Pajak
- f. Keamanan penyimpanan DIPA asli

4. Sub. bagian Tata Usaha dan Rumah Tangga

1. Uraian Tugas dan Kegiatan

- a. Membuat konsep perencanaan dan pengadaan alat perlengkapan kantor/ATK/formulir sesuai dengan batas kewenangannya berdasarkan rencana anggaran dalam DIPA
- b. Melaksanakan penyimpanan dan pendistribusian alat perlengkapan kantor
- c. Mencatat dan memberi kode klasifikasi lokasi inventaris serta menyelenggarakan pembukuan inventaris kantor
- d. Menyusun konsep kompilasi laporan barang inventaris kantor
- e. Meneliti barang-barang inventaris kantor yang rusak dan tidak terpakai lagi serta membuat konsep daftar usulan penghapusan dan pemusnahannya

2. Tanggung Jawab

- a. Pelaksanaan penyimpanan dan distribusi alat perlengkapan kantor
- b. Kelengkapan saran rapat dan kebutuhan rapat

- c. Kebenaran penyelenggaraan pembukuan inventaris kantor
 - d. Kebenaran konsep kompilasi laporan inventaris
 - e. Kebenaran konsep penghapusan barang inventaris
- 5. Sub. bagian Bantuan Hukum dan Pelaporan
Sub. bagian Bantuan Hukum dan Pelaporan mempunyai tugas menyiapkan bahan dan administrasi bantuan hukum atas kasus yang diproses pada Peradilan Umum dan Tata Usaha Negara, penyusunan laporan, persiapan bahan, penyusunan rencana strategik, dan laporan akuntabilitas.
- 3. Seksi Pengolahan Data dan Informasi
Seksi Pengolahan Data dan Informasi memiliki tugas melakukan pengumpulan, pencarian, dan pengolahan data, penyajian informasi perpajakan, perekaman dokumen perpajakan, urusan tata penerimaan perpajakan, pengalokasian Pajak Bumi dan Bangunan dan Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan, pelayanan dukungan teknis komputer, pemantauan aplikasi e-SPT dan e-Filling, e-Registration serta persiapan laporan kinerja.
- 4. Seksi Pelayanan
 - 1. Uraian Tugas
 - a. Mengkoordinasikan penyusunan rencana kerja Seksi Pelayanan sebagai bahan penyusunan rencana kerja Kantor Pelayanan Pajak

- b. Mengkoordinasikan penerimaan dan penatausahaan surat-surat permohonan dari wajib pajak dan surat lainnya
 - c. Mengkoordinasikan penyiapan pengambilan formulir SPT Tahunan PPh berikut aplikasi elektronik SPT Tahunan yang telah diterima kembali serta penyediaan SPOP dan SSB dalam rangka pengawasan kepatuhan wajib pajak
 - d. Membimbing bawahan pada Seksi Pelayanan untuk meningkatkan motivasi dan prestasi pegawai
 - e. Mengkoordinasikan penyusunan laporan berkala Seksi Pelayanan sebagai pertanggungjawaban pelaksanaan tugas
2. Tanggung Jawab
- a. Kebenaran usul, saran dan pendapat mengenai pelaksanaan tugas
 - b. Kebenaran Bukti Pendaftaran WP
 - c. Kebenaran Surat Pemberitahuan Pernyataan Pindah
 - d. Kelengkapan berkas permohonan pendaftaran dan perubahan data WP
 - e. Kebenaran daftar nominatif pengiriman formulir SPT Tahunan PPh
 - f. Kebenaran surat permintaan kelengkapan SPT PPh kepada WP
5. Seksi Penagihan

Seksi penagihan memiliki tugas melakukan urusan penatausahaan piutang pajak, penundaan, dan angsuran tunggakan

pajak, penagihan aktif, usulan penghapusan piutang pajak, serta penyimpanan dokumen-dokumen penagihan. Pelaksana penagihan bertugas mempersiapkan surat teguran, surat paksa, surat perintah pelaksanaan penyitaan, urusan lelang, dan dukungan penagihan lainnya.

6. Seksi Ekstensifikasi dan Penyuluhan

Seksi ekstensifikasi mempunyai tugas berupa melakukan pengamatan potensi perpajakan, pendataan objek dan subjek pajak, dan penilaian objek pajak dalam rangka ekstensifikasi. Serta melakukan penyuluhan kepada wajib pajak dengan melakukan bimbingan melalui surat himbauan, pelaksanaan kelas pajak dan melaksanakan program *Triple One*.

7. Seksi Pengawasan dan Konsultasi

Seksi Pengawasan dan Konsultasi mempunyai tugas sebagai berikut.

1. Melakukan pengawasan kepatuhan kewajiban perpajakan wajib pajak.
2. Bimbingan atau himbauan kepada wajib pajak dan konsultasi teknis perpajakan.
3. Penyusunan profil wajib pajak.

8. Seksi Fungsional

Pegawai Fungsional memiliki fungsi dalam melakukan kegiatan sesuai dengan jabatan fungsional masing-masing yang terdiri dari

Fungsional Pemeriksa Pajak dan Fungsional Penilai. Kelompok jabatan fungsional terdiri dari sejumlah jabatan fungsional yang terbagi dalam berbagai kelompok sesuai dengan bidang keahliannya. Setiap kelompok dikoordinasi oleh pejabat fungsional senior yang ditunjuk oleh Kepala Kantor Wilayah, atau Kepala KPP yang bersangkutan. Jumlah jabatan fungsional ditentukan berdasarkan kebutuhan dan beban kerja. Jenis dan jenjang jabatan fungsional ditentukan berdasarkan kebutuhan dan beban kerja. Jenis dan jenjang jabatan fungsional diatur sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

4.2.1 Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama

Wonosari

Pertumbuhan jumlah wajib pajak orang pribadi non-karyawan menurut data dari Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari menggambarkan bahwa pada tiga tahun terakhir yaitu dalam rentang tahun antara 2012-2014 mengalami pertumbuhan yang selalu meningkat. Pada tahun 2012 jumlah wajib pajak orang pribadi yang terdaftar berjumlah 3.739 wajib pajak. Kemudian jumlah wajib pajak di tahun 2013 mengalami pertumbuhan menjadi 4.291 wajib pajak dengan jumlah pertumbuhan sebanyak 552 wajib pajak atau sebesar 15%. Begitupula, pada tahun 2014 jumlah wajib pajak juga mengalami kenaikan dengan 5.114 wajib pajak dengan jumlah pertumbuhan 823 wajib pajak atau sebesar 19%. Dari data tiga

tahun terakhir tersebut, terdapat pertumbuhan jumlah wajib pajak yang signifikan dari tahun ke tahun. Hal tersebut telah digambarkan melalui tabel data 4.1. bahwa pertumbuhan jumlah wajib pajak orang pribadi sebagai berikut.

Tabel 4.1
Pertumbuhan Jumlah Wajib Pajak Orang Pribadi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari

Tahun	Jumlah Wajib Pajak	Jumlah Pertumbuhan	Presentase (%)
2012	3.739		
2013	4.291	552	15%
2014	5.114	823	19%

Sumber: Laporan Data Wajib Pajak Terdaftar pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari Tahun 2013-2014

Seiring dengan pertumbuhan jumlah wajib pajak orang pribadi terdaftar pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari dalam tiga tahun terakhir, yaitu antara rentang tahun 2012-2014 dapat dijelaskan bahwa jumlah wajib pajak orang pribadi yang melakukan pembayaran pajak untuk tiap tahunnya juga mengalami kenaikan. Hal tersebut dapat digambarkan sesuai dalam tabel penelitian 4.2. di bawah, dimana bermula pada tahun 2012 jumlah wajib pajak orang pribadi berjumlah 3.739 wajib pajak dengan 983 wajib pajak yang membayar atau sebesar 26%. Di tahun 2013 jumlah wajib pajak orang pribadi semakin tumbuh yaitu sejumlah 4.291 wajib pajak dengan 983 jiwa wajib pajak yang membayar atau sebesar 27%. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa pada tahun 2013 naik sebesar 1% dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2014 jumlah wajib pajak orang pribadi mengalami pertumbuhan kembali dengan jumlah 5.114 wajib pajak dengan satuan wajib pajak yang membayar sebanyak 1.592 wajib pajak atau sebesar 31%. Pada hakikatnya, dalam kurun waktu 3 tahun terakhir jumlah wajib pajak terdaftar dan

wajib pajak yang membayar mengalami pertumbuhan di tiap tahunnya, sehingga dapat dijelaskan bahwa semakin berjalannya waktu jumlah wajib pajak dan wajib pajak yang membayar pajak akan semakin naik dari tahun ke tahun.

Tabel 4.2.
Jumlah Wajib Pajak Orang Pribadi Pembayar Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari

Tahun	Jumlah Wajib Pajak	Wajib Pajak yang Membayar	Presentase (%)
2012	3.739	983	26%
2013	4.291	1.174	27%
2014	5.114	1.592	31%

Sumber: Laporan Kepatuhan Wajib Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari Tahun 2012-2014

Melihat fenomena demikian, maka dikembangkanlah sebuah pembinaan pemungutan pajak yang dinilai efektif yaitu berupa sebuah program *Telemarketing Triple One* yang melakukan kegiatan menghubungi wajib pajak melalui media komunikasi telepon dengan menginformasikan layanan kepada wajib pajak, pembinaan tata cara pemenuhan kewajiban perpajakan yang meliputi penghitungan pajak terhutang, penyetoran pajak, dan pelaporan pajak.

4.2.2 Proses Pelaksanaan Program *Triple One* di Kantor Pelayanan Pajak Wonosari

Kegiatan *telemarketing* pada program *Triple One* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari dilaksanakan oleh unit *Triple One* yang secara struktural berada di bawah Seksi Ekstensifikasi dan Penyuluhan. Pelaksanaan program

Telemarketing Triple One dilaksanakan mulai pada tahun 2014 sebagai upaya untuk membina wajib pajak baru secara terstruktur dan terpola yang dilaksanakan melalui telepon, serta dilaksanakan secara bertahap dalam rentang waktu 1 (satu) minggu 1 (satu) bulan dan 1 (satu) tahun setelah wajib pajak terdaftar. Tahap pelaksanaan kegiatan *Telemarketing* program *Triple One* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari dilakukan sebagai berikut.

1. Sumber data Wajib Pajak baru untuk *Triple One* berasal dari aplikasi Sistem Informasi Direktorat Jenderal Pajak.
2. Petugas *Triple One* melakukan komunikasi terhadap Wajib Pajak secara langsung melalui saluran telepon.
3. Petugas *Triple One* dapat memanfaatkan aplikasi *Tax Knowledge Base* Direktorat Jenderal Pajak untuk mendukung pelaksanaan pembinaan terhadap Wajib Pajak baru.
4. Kepala Seksi Ekstensifikasi Perpajakan selaku Ketua Tim Penyuluhan Perpajakan melaksanakan koordinasi dengan Tim Penyuluhan Perpajakan dalam rangka penyelenggaraan Kelas Pajak bagi Wajib Pajak baru setelah dihubungi melalui telepon.

4.2.3 Analisis Efektivitas *Triple One* Berdasarkan Profil Responden

Dalam bagian ini, hasil penelitian yang telah dilakukan ditunjukkan berdasarkan profil dari responden yang disusun berdasarkan usia responden dan jenis kelamin responden. Hal tersebut digambarkan dari tabel yang memuat terkait

usia dan jenis kelamin responden target program Triple One di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari yang berjumlah 330 Wajib Pajak.

1. Responden Program *Triple One* Berdasarkan Usia

Analisis penelitian dilakukan terhadap responden dari wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari yang telah diberi perlakuan sesuai dengan kegiatan *Telemarketing* program *Triple One* oleh petugas Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari. Jumlah responden berdasarkan rentang usia dari sampel yang diambil dituangkan dalam tabel 4.3.

Tabel 4.3.
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
20-24	22	7%
25-29	44	13%
30-34	36	11%
35-39	55	17%
40-44	30	9%
45-49	50	15%
50-54	55	17%
55-59	28	8%
60-64	10	3%
Total	330	100%

Sumber: Olah data sekunder dari KPP Pratama Wonosari

Dari tabel tersebut maka dapat dijelaskan bahwa dari total keseluruhan sejumlah 330 wajib pajak dikategorikan ke dalam rentang usia masing-masing dari responden. Dalam hal ini usia responden termuda diantaranya adalah wajib pajak dengan rentang usia antara 20-24 tahun yang berjumlah 22 wajib pajak atau sebesar 7%. Sementara itu usia tertua yaitu antara rentang 60-64 tahun berjumlah 10 wajib pajak atau sebesar 3%.

Rentang usia responden terbanyak yaitu responden dengan rentang usia 35-39 dan 50-54 yang keduanya berjumlah 55 wajib pajak atau 17%. Hal tersebut menunjukkan bahwa wajib pajak dalam rentang usia 35-39 dan 50-54 merupakan usia produktif seseorang dalam menjalankan kegiatan usahanya. Pada usia 35-39 menjadi wajib pajak terbanyak karena rentang usia tersebut merupakan masa seseorang dalam menjalankan kegiatan berwirausaha. Sedangkan pada usia 50-54 merupakan masa seseorang melakukan kegiatan berwirausaha secara maksimal untuk mempersiapkan masa pensiun seseorang.

Tabel 4.4.
Respon Wajib Pajak berdasarkan Usia

Usia	Angkat Telepon		Tidak Angkat Telepon		Jumlah
	Bayar	Tidak Bayar	Bayar	Tidak Bayar	
20-24	3 (0,9%)	8 (2,4%)	0 (0%)	11 (3,3%)	22 (6,7%)
25-29	14 (4,2%)	11 (3,3%)	0 (0%)	19 (5,8%)	44 (13,3%)
30-34	6 (1,8%)	14 (4,2%)	0 (0%)	16 (4,8%)	36 (10,9%)
35-39	8 (2,4%)	8 (2,4%)	9 (2,7%)	30 (9,1%)	55 (16,7%)
40-44	6 (1,8%)	14 (4,2%)	5 (1,5%)	5 (1,5%)	30 (9,1%)
45-49	8 (2,4%)	6 (1,8%)	8 (2,4%)	28 (8,5%)	50 (15,2%)
50-54	17 (5,2%)	17 (5,2%)	11 (3,3%)	10 (3,0%)	55 (16,7%)
55-59	6 (1,8%)	5 (1,5%)	6 (1,8%)	11 (3,3%)	28 (8,5%)
60-64	3 (0,9%)	2 (0,6%)	3 (0,9%)	2 (0,6%)	10 (3,0%)
Total	71 (21,5%)	85 (25,8%)	42 (12,7%)	132 (40,0%)	330 (100%)

Sumber: KPP Pratama Wonosari

Berdasarkan rentang usia, terdapat data responden yang merespon kegiatan *telemarketing* dengan mengangkat telepon dan tidak mengangkat telepon dari petugas yang dituangkan dalam tabel 4.4. Diantaranya usia yang terdata oleh sampel berkisar antara 20 tahun sampai dengan 64 tahun dengan interval sebesar 5 tahun. Tabel data responden tersebut menggambarkan jumlah dan rincian responden yang mendapatkan pembinaan kewajiban perpajakan melalui program *Telemarketing Triple One* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari maupun yang tidak mendapatkan pembinaan tersebut.

Pada tabel 4.4, dapat dilihat bahwa dari jumlah sampel yaitu 330 wajib pajak terdapat di antaranya 156 wajib pajak mengangkat telepon dan 174 wajib pajak lainnya tidak mengangkat telepon. Selain itu, dapat dideskripsikan bahwa dari 330 wajib pajak terdapat 22 (6,7%) wajib pajak yang memiliki usia 20-24 tahun, 44 (13,3%) wajib pajak dengan rentang usia 25-29, 36 (10,9%) wajib pajak dengan rentang usia 30-34 tahun, 55 (16,7%) wajib pajak dengan rentang usia 35-39 tahun, 30 (9,1%) wajib pajak dengan rentang usia 40-44 tahun, 50 (15,2%) wajib pajak dengan rentang usia 45-49 tahun, 55 (16,7%) wajib pajak dengan rentang usia 50-54 tahun, 28 (8,5%) wajib pajak dengan rentang usia 55-59 tahun, dan 10 (3%) wajib pajak dengan usia 60-64 tahun.

Berdasarkan jumlah usia dapat dideskripsikan secara lebih rinci bahwa pada rentang usia 20-24 tahun yang berjumlah 22 wajib pajak terdapat 11 wajib pajak yang mengangkat telepon dengan 3 (0,9%) wajib pajak membayar pajak dan 8 (2,4%) wajib pajak tidak membayar pajak, serta telah digambarkan dalam tabel tersebut bahwa terdapat 11 (3,3%) wajib pajak tidak mengangkat telepon

sekaligus tidak membayar pajak. Pada rentang usia 25-29 tahun terdapat 44 wajib pajak dengan 25 wajib pajak mengangkat telepon di antaranya 14 (4,2%) orang membayar pajak dan 11 (3,3%) lainnya tidak membayar pajak. Di samping itu pula, terdapat 19 (5,8%) wajib pajak tidak mengangkat telepon sekaligus tidak membayar pajak.

Berikutnya, wajib pajak dengan rentang usia 30-34 tahun memiliki jumlah 36 wajib pajak yang di antaranya 20 wajib pajak mengangkat telepon dengan respon 6 (1,8%) wajib pajak yang kemudian membayar pajak, 14 (4,2%) wajib pajak tetap tidak membayar pajak, dan 16 (4,8%) wajib pajak yang tidak mengangkat telepon sekaligus tidak membayar pajak. Pada rentang usia 35-39 tahun terdapat sejumlah 55 wajib pajak dengan rincian 16 wajib pajak mengangkat telepon, di antaranya 8 (2,4%) wajib pajak membayar pajak dan 8 (2,4%) wajib pajak lainnya tidak membayar pajak. Begitupula terdapat 39 wajib pajak yang tidak mengangkat telepon di antaranya terdapat 9 (2,7%) wajib pajak tetap membayar pajak dan 30 (9,1%) wajib pajak tetap tidak membayar pajak.

Pada rentang usia 40-44 tahun terdapat sejumlah 30 wajib pajak yang di antaranya 20 wajib pajak mengangkat telepon dengan rincian 6 (1,8%) orang membayar pajak dan 14 (4,2%) wajib pajak tidak membayar pajak. Selain itu, di antaranya terdapat 10 wajib pajak tidak mengangkat telepon di antaranya 5 (1,5%) wajib pajak tetap membayar pajak dan 5 (1,5%) wajib pajak juga tetap tidak membayar pajak.

Pada rentang usia 45-49 tahun terdapat 50 wajib pajak dengan 14 wajib pajak di antaranya mengangkat telepon dan 36 wajib pajak tidak mengangkat telepon. Dalam hal ini, 14 wajib pajak yang mengangkat telepon dapat diketahui di antaranya 8 (2,4%) wajib pajak membayar pajak dan 6 (1,8%) wajib pajak di antaranya tetap tidak membayar pajak. Selain itu, terdapat pula 36 wajib pajak tidak mengangkat telepon dengan rincian 8 (2,4%) wajib pajak tetap membayar pajak dan 28 (8,5) wajib pajak tidak membayar pajak.

Pada rentang usia 50-54 tahun terdapat 55 (16,7%) wajib pajak yang di antaranya 34 wajib pajak mengangkat telepon dan 21 wajib pajak tidak mengangkat telepon. Dalam hal ini, dari 34 wajib pajak yang mengangkat telepon dapat dirinci bahwa 17 (5,2%) wajib pajak membayar pajak dan 17 (5,2%) lainnya tidak membayar pajak. Disamping itu pula, dari 22 wajib pajak yang tidak mengangkat telepon dapat dideskripsikan bahwa 11 (3,3%) wajib pajak tetap membayar pajak dan 10 (3%) lainnya tidak membayar pajak.

Selain itu, pada rentang usia 55-59 tahun terdapat sejumlah 28 (8,5%) wajib pajak dengan 11 di antaranya mengangkat telepon dan 17 di antaranya tidak mengangkat telepon. Hal ini dapat dinyatakan bahwa dari 11 wajib pajak yang mengangkat telepon terdapat 6 (1,8%) wajib pajak yang membayar pajak dan 5 (1,5%) di antaranya tidak membayar pajak. Di samping itu pula, dari 17 wajib pajak yang tidak mengangkat telepon dapat dirinci bahwa terdapat 6 (1,8%) wajib pajak tetap membayar pajak dan 11 (3,3%) wajib pajak di antaranya tidak membayar pajak.

Pada rentang usia 60-64 tahun terdapat 10 (3%) wajib pajak yang di antaranya digambarkan 5 orang mengangkat telepon dan 5 orang tidak mengangkat telepon. Hal tersebut dapat dirinci bahwa 5 orang yang mengangkat telepon di antaranya 3 (0,9%) wajib pajak membayar pajak dan 2 (0,6%) wajib pajak lainnya tidak melakukan pembayaran pajak. Begitupula pada 5 wajib pajak yang tidak mengangkat telepon dapat dijelaskan bahwa 3 (0,9%) wajib pajak tetap membayar pajak dan 2 (0,6%) wajib pajak lainnya tidak membayar pajak. Hal tersebut sesuai dengan data yang telah digambarkan dalam tabel data 4.4 yang mengangkat maupun tidak mengangkat telepon berdasarkan usia.

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa jumlah terbanyak wajib pajak yang mengangkat telepon kemudian membayar pajak terdapat pada rentang usia 50-54 tahun yaitu berjumlah 17 wajib pajak atau sebesar 5,2%. Hal tersebut dikarenakan dalam rentang usia tersebut wajib pajak yang terdaftar telah memiliki kesadaran dalam melaksanakan kewajiban perpajakan secara baik. Sedangkan rentang usia wajib pajak yang tidak mengangkat telepon sekaligus tidak membayar pajak paling banyak pada rentang usia 35-39 tahun yaitu berjumlah 30 wajib pajak atau sebesar 9,1%. Dalam rentang usia tersebut, wajib pajak memiliki perilaku yang cenderung acuh terhadap kewajiban pembayaran pajak. Perilaku acuh tersebut dikarenakan pada rentang usia tersebut merupakan masa dimana seseorang tengah merintis suatu usaha yang dijalaninya.

2. Responden Program *Triple One* Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.5.
Jumlah Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (jiwa)	Presentase (%)
Laki-laki	224	68%
Perempuan	106	32%
Total	330	100%

Sumber: KPP Pratama Wonosari

Dari tabel data 4.5. diperoleh jumlah responden berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 224 wajib pajak atau sebesar 68% dan responden berjenis kelamin perempuan adalah sebanyak 106 wajib pajak atau sebesar 32%. Tabel data jumlah responden berdasarkan jenis kelamin tersebut diprinci berdasarkan respon yang ditunjukkan dalam tabel data sebagai berikut.

Tabel 4.6.
Respon Wajib Pajak berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Angkat Telepon			Tidak Angkat Telepon			Jumlah
	Bayar	Tidak Bayar	Jumlah	Bayar	Tidak Bayar	Jumlah	
Laki-laki	43 (13%)	62 (19%)	105	25 (8%)	94 (28%)	119	224
Perempuan	28 (8%)	23 (7%)	51	17 (5%)	38 (12%)	55	106
Jumlah	71 (21%)	85 (26%)	156 (47%)	42 (13%)	132 (40%)	174 (53%)	330 (100%)

Sumber: Olah Data Sekunder dari KPP Pratama Wonosari

Berdasarkan tabel 4.6. responden yang mengangkat atau tidak mengangkat telepon berdasarkan jenis kelamin dapat digambarkan bahwa dari 330 sampel jumlah wajib pajak target *Triple One* yang terdapat di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari di antaranya 224 wajib pajak berjenis kelamin laki-laki dan 105 wajib pajak memiliki jenis kelamin perempuan. Dari

hasil penelitian terkait pelaksanaan program *Telemarketing Triple One* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari dapat dideskripsikan bahwa dari keseluruhan sampel yang mengangkat telepon berjumlah 156 wajib pajak, diantaranya 105 wajib pajak berjenis kelamin laki-laki dan 51 wajib pajak berjenis kelamin perempuan.

Dari 105 wajib pajak berjenis kelamin laki-laki yang mengangkat telepon, digambarkan 41 wajib pajak atau sebesar 13% di antaranya membayar pajak dan 64 wajib pajak berjenis kelamin laki-laki lainnya atau sebesar 19 % tidak membayar pajak. Selain itu, terdapat pula 51 wajib pajak merupakan wajib pajak yang mengangkat telepon dan berjenis kelamin perempuan. Di antaranya terdapat 28 wajib pajak berjenis kelamin perempuan atau sebesar 8% mengangkat telepon kemudian membayar pajak, sedangkan 23 wajib pajak berjenis kelamin perempuan atau sebesar 7% wajib pajak berjenis kelamin perempuan tidak membayar pajak. Selain itu, terdapat pula wajib pajak yang tidak mengangkat telepon dengan jumlah 174 wajib pajak atau sebesar 54%, dimana 119 wajib pajak berjenis kelamin laki-laki dan sejumlah 55 wajib pajak berjenis kelamin perempuan.

Dari tabel responden 4.6 tersebut dapat dideskripsikan bahwa wajib pajak berjenis kelamin laki-laki yang tidak mengangkat telepon berjumlah 119 wajib pajak. Di antaranya wajib pajak berjenis kelamin laki-laki yang tidak mengangkat telepon tersebut sejumlah 25 wajib pajak atau sebesar 8% tetap membayar pajak dan 94 wajib pajak atau sebesar 28% tetap tidak membayar pajak. Selain itu, terdapat sejumlah 56 wajib pajak perempuan yang tidak mengangkat telepon

dengan rincian 17 wajib pajak di antaranya atau sebesar 5% tetap membayar pajak dan 38 wajib pajak diantaranya atau sebesar 12% tidak membayar pajak.

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui jumlah wajib pajak berjenis kelamin laki-laki lebih besar dari wajib pajak berjenis kelamin perempuan dikarenakan pelaku usaha mayoritas adalah laki-laki. Sesuai data tersebut wajib pajak berjenis kelamin laki-laki memiliki tingkat kepatuhan pembayaran pajak lebih tinggi dari perempuan. Selain itu, kondisi wajib pajak perempuan lebih rendah daripada laki-laki dikarenakan seorang wajib pajak yang telah kawin harus mendaftarkan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) sesuai dengan nama suami.

4.2.4 Analisis Efektivitas Program *Triple One* dalam Mendorong Pemenuhan Kewajiban Pembayaran Pajak

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari tentang pelaksanaan program *Telemarketing Triple One*, maka diperoleh hasil penelitian bahwa pelaksanaan program *Triple One* di Kantor Pelayanan Pajak Kota Wonosari tersebut dapat dikatakan efektif dalam mendorong wajib pajak melakukan pemenuhan kewajiban pembayaran pajak. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari dengan sampel sebanyak 330 wajib pajak. Dari jumlah sampel tersebut dapat digambarkan beberapa tabel yang memuat jumlah para wajib pajak yang telah diberi pembinaan melalui kegiatan *telemarketing* program *Triple One* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari maupun yang tidak memperoleh pembinaan secara langsung karena wajib pajak tidak mengangkat telepon.

Tabel 4.7.
Perbandingan Prosentase Pembayar Pajak Sesuai Respon Terhadap
Telepon

	Angkat Telepon	Tidak Angkat Telepon
Bayar	71 (21,55%)	42 (12,7%)
Tidak Bayar	85 (25,75)	132 (40%)
Jumlah	156 (47,3)	174 (52,7%)

Sumber: Laporan Pelaksanaan Program *Triple One* KPP Pratama
Wonosari tahun 2014

Program *Telemarketing Triple One* merupakan suatu upaya pembinaan wajib pajak baru secara terstruktur dan terpolanya yang dilaksanakan melalui telepon serta dilaksanakan secara bertahap dalam rentang waktu 1 (satu) minggu, 1 (satu) bulan, dan 1 (satu) tahun setelah wajib pajak terdaftar. Dalam tabel 4.7. termuat data pembinaan wajib pajak dengan program *Telemarketing Triple One* di Kantor Pelayanan Pratama Wonosari dengan rincian wajib pajak yang mengangkat telepon sebesar 156 wajib pajak dengan keterangan bahwa wajib pajak yang membayar setelah mengangkat telepon berjumlah 71 wajib pajak atau sebesar 21,55%. Sedangkan jumlah wajib pajak yang tetap tidak membayar pajak setelah mengangkat telepon sebesar 85 wajib pajak atau sebesar 25,75%.

Selain itu, jumlah wajib pajak yang tidak mengangkat telepon berjumlah 174 wajib pajak dengan keterangan 42 wajib pajak atau sebesar 12,7% tetap melakukan pemenuhan pembayaran pajak dan sejumlah 132 wajib pajak atau sebesar 40% tidak membayar pajak. Wajib pajak yang tidak mengangkat telepon dapat dikarenakan pula karena nomor telepon yang didaftarkan tidak valid.

Berdasarkan tabel 4.7. tersebut dapat diketahui bahwa program *Telemarketing Triple One* yang dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari efektif dalam melakukan upaya pembinaan kepada wajib pajak yang tergambar dari jumlah wajib pajak yang melaksanakan pemenuhan pembayaran pajak setelah mengangkat telepon dari petugas. Dari data tersebut terdapat pula wajib pajak yang melakukan pembayaran pajak walaupun tidak mengangkat telepon dari petugas yaitu dapat dikarenakan metode pembinaan selain melalui program *Triple One*.

Tabel 4.8.

Perbandingan Presentase Jumlah Respon *Telemarketing Triple One* dan Non *Triple One* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari

	WP <i>Triple One</i>	WP Non <i>Triple One</i>
Jumlah	156	174
WP Membayar	71	42
%	45%	24%

Sumber: Laporan Pelaksanaan *Triple One* Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tahun 2014

Dalam tabel 4.8 dapat diketahui bahwa wajib pajak *Triple One* (mengangkat telepon) memiliki presentase yang lebih tinggi daripada wajib pajak Non *Triple One* (tidak mengangkat telepon) dalam hal pemenuhan pembayaran pajak. Tabel 4.8 menjelaskan bahwa dari 156 wajib pajak yang mengangkat telepon diantaranya 71 wajib pajak atau sebesar 45% melakukan pembayaran pajak. Hal tersebut dinilai lebih efektif daripada presentase jumlah wajib pajak yang tidak menggunakan program *Telemarketing Triple One* namun terdapat 174 wajib pajak tidak mengangkat telepon dengan diantaranya 42 wajib pajak atau sebesar 24% tetap membayar pajak. Dari data tersebut diketahui bahwa wajib

pajak yang menerima pembinaan melalui telepon akan lebih terdorong untuk melakukan pembayaran pajak.

4.2.5 Analisis Tingkat Efektivitas Program *Telemarketing Triple One* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari

Program *Telemarketing Triple One* dapat dinilai efektif apabila mampu mendorong wajib pajak dalam melakukan pemenuhan kewajiban pembayaran pajak. Tingkat efektivitas program *Triple One* dapat diperoleh berdasarkan jumlah wajib pajak pembayar setelah memperoleh pembinaan kewajiban perpajakan melalui program *Triple One*. Sedangkan wajib pajak yang melakukan pembayaran meskipun tidak memperoleh pembinaan secara *Telemarketing* program *Triple One* dapat dikarenakan kesanggupan wajib pajak memperoleh informasi melalui sarana penyuluhan perpajakan lainnya.

Tabel 4.9.

Jumlah Wajib Pajak *Triple One* yang Membayar Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari

Jumlah Target	Total Wajib Pajak	
	Jumlah WP <i>Triple One</i> yang Membayar	%
330	71	21,55 %

Sumber: Laporan Pelaksanaan *Triple One* KPP Pratama Wonosari Tahun 2014

Dari data tabel 4.9. menunjukkan bahwa wajib pajak *Triple One* yaitu yang mengangkat telepon dan kemudian melakukan pemenuhan pembayaran pajak berjumlah 71 wajib pajak dari jumlah target program *Triple One* sejumlah 330 wajib pajak, sehingga dapat dikatakan program *Triple One* efektif mempengaruhi pembayaran pajak pada tingkat 21,55%.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan pada bab IV, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Kegiatan *telemarketing* pada program Triple One dinilai efektif dalam melakukan sebuah upaya pembinaan untuk melakukan pembayaran pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari. Hal tersebut dibuktikan dari jumlah wajib pajak (responden) dari sampel yang merespon telepon yaitu berjumlah 156 wajib pajak dengan diantaranya sebanyak 71 wajib pajak atau sebesar 45% melakukan pemenuhan pembayaran pajak setelah mengangkat telepon dari petugas. Hal tersebut lebih besar dari jumlah wajib pajak yang tidak mengangkat telepon namun tetap melakukan pemenuhan pajak yaitu sebanyak 42 wajib pajak atau sebesar 24% dari 174 wajib pajak.
2. Pelaksanaan kegiatan *telemarketing* program *Triple One* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Wonosari pada tahun 2014 efektif mendorong pemenuhan pembayaran pajak pada tingkat 21,55% dari target wajib pajak program *Triple One*.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, penulis memberikan beberapa saran yang di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Untuk lebih mengoptimalkan program *telemarketing Triple One*, maka Direktorat Jenderal Pajak dapat menyelenggarakan program tersebut secara merata pada Kantor Pelayanan Pajak di seluruh Indonesia karena program tersebut efektif dalam memberikan pembinaan dan penyuluhan pengetahuan perpajakan sehingga tingkat kesadaran dan kepatuhan wajib pajak akan terus meningkat.
2. Untuk meningkatkan efektivitas pelaksanaan program telemarketing Triple One diperlukan peningkatan validasi kebenaran data wajib pajak saat melakukan pendaftaran NPWP sehingga dapat mempermudah petugas dalam menghubungi wajib pajak melalui telepon.
3. Bagi peneliti berikutnya, penelitian ini hanya menggunakan satu data sekunder sehingga hasil penelitian ini belum menjelaskan pelaksanaan program *Telemarketing Triple One* secara mendalam. Selain itu pula, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan faktor pengaruh pelaksanaan *Triple One* berdasarkan kondisi yang terjadi pada Kantor Pelayanan Pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brotodihardjo. (2008). *Pengantar Ilmu Hukum Pajak*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Burton & Ilyas. (2007). *Hukum Pajak*. Jakarta: Salemba.
- Holden, Kelly. (2004). *Telemarketing*.
- Koentjaraningrat. (1993). *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Mardiasmo. (2013). *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Saladin, Djaslim. (2003). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Simanjuntak dan Mukhlis. (2012). *Dimensi Ekonomi Perpajakan dalam Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Siti Resmi. (2008). *Perpajakan Teori dan Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha dan Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisa Konsumen*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Republik Indonesia. 2007. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.

Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan.

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.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat