

Optimalisasi Edukasi Perpajakan Bagi Generasi Milenial Melalui Webinar

Benyamin Melatnebar¹⁾, Eugenius Lалуur²⁾

¹Fakultas Bisnis, Universitas Buddhi Dharma

²Fakultas Akuntansi Pajak, Akademi Pajak Maria Mediatrix

Email : benyamin.ecostar@gmail.com, Eugenius_1@yahoo.com

ABSTRAK

Saat ini arah umum pajak dengan menggunakan berbagai kegiatan dengan prinsip melakukan penyuluhan tentang peningkatan kesadaran pajak di kalangan generasi milenial. Pendidikan pajak ini harus meliputi sebuah generasi mendatang dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi, beberapa dalam bentuk webinar yang dapat menggugah generasi milenial untuk mengikuti kegiatan terkait pajak dan ikut serta dalam mendukung program pemerintah untuk mendapatkan penerimaan pajak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa pendidikan pajak bagi generasi milenial, bagaimana anak muda bisa memberikan kontribusi yang signifikan dengan cara meleak pajak melalui suguhan webinar pajak. Tema webinar yang tepat telah dipilih untuk diimplementasikan bagi generasi milenial sehingga dapat menyerap penerimaan negara juga. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan untuk memfasilitasi pengumpulan data, alat juga digunakan satu lembar daftar pertanyaan. Hasilnya dengan mempelajari pajak dan manfaat pajak melalui webinar. Teknik webinar yang digunakan dengan memanfaatkan media sosial yang dengan sesuatu cara yang tepat di tengah-tengah dukungan yang menggunakan media webinar secara luas, Ide yang dibutuhkan untuk mengenali audiens target yakni generasi milenial dari pelajar, mahasiswa dan juga pelaku bisnis. Webinar yang diimplementasikan tersebut sangat membantu generasi milenial untuk mengenali aspek pajak serta manfaatnya bagi negara.

Kata Kunci: Generasi Milenial, Webinar, Kesadaran Pajak, Pajak bagi Generasi Milenial

Tax Education Optimization For The Millennial Generation Through The Webinar

ABSTRACT

Currently, the general direction of taxation is by using various activities with the principle of conducting counseling on increasing tax awareness among the millennial generation. This tax education must cover a future generation by taking advantage of advances in information technology, some in the form of webinars that can inspire millennials to take part in tax-related activities and participate in supporting government programs to obtain tax revenues. This study aims to find out what tax education is like for the millennial generation, how young people can make a significant contribution by being tax literate through tax webinars. The right webinar theme has been chosen to be implemented for the millennial generation so that it can absorb state revenues as well. This study used a qualitative method and to facilitate data collection, a questionnaire was also used. The result is by studying taxes and tax benefits through webinars. The webinar technique used by utilizing social media in the right way in the midst of support that uses webinar media widely, the idea needed to identify the target audience, namely the millennial generation of students, students and also business people. The implemented webinars really help the millennial generation to recognize the tax aspect and its benefits for the country.

Keywords: Millennials, Webinars, Tax Awareness, Taxes for Millennials

PENDAHULUAN

Peran pajak di tengah-tengah Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dirasa cukup penting. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2018 tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara 2019, dari hasil eksekusi penerimaan negara sebesar Rp 2.165 kuadriliun, bagian penerimaan pajak termasuk bea masuk dan bea cukai adalah Rp 1.786 kuadriliun atau kurang lebih 83%. Arah Umum Pajak (DJP) bertanggung jawab terhadap penerimaan pajak Kekayaan bersih (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), juga Pajak berkaitan dengan struktur sektor Penanaman, Kehutanan dan Pertambangan (PBB P3) sebesar Rp1.568 kuadriliun atau 72% dari APBN atau 88% dari pendapatan kotor pajak (Kementerian Keuangan Republik Indonesia 2018). Untuk mencapai target kekayaan bersih negara, Pemerintah Melakukan Langkah perbaikan di tengah-tengah sektor kekayaan bersih negara, selanjutnya dengan meningkatkan kepatuhan pajak serta menciptakan kesadaran pajak dengan cara menciptakan biaya mendengarkan pajak atau kompatibilitas berkelanjutan (Kementerian Keuangan Republik Indonesia 2018). Pajak merupakan suatu kunci kesuksesan target dalam hal penerimaan pajak karena sistem pajak Indonesia adalah suatu teknik pengujian, Di tempat umum diperlukan pajak guna membayar dan melaporkan kewajiban pajaknya. Penjelasan Umum Konstitusi Untuk penyediaan umum terkait program Jalan Pajak tahun 2000 yang menjelaskan konstruksi di muka umum. Perlu bagi pajak dengan menggunakan berbagai upaya, Di tengah-tengah penyuluhan informasi pajak dengan menggunakan media sosial atau webinar secara langsung ke di muka umum (Melatnebar 2021).

DJP melakukan penyuluhan untuk meningkatkan kepatuhan pajak, meningkatkan penerimaan pajak, seiring dengan meningkatnya kesadaran pajak.

Perlunya pajak dengan topik kesadaran pajak untuk generasi baru. Suatu bentuk kesadaran pajak meningkatkan sebuah generasi yang baru yakni dengan adanya Program Instalasi Kesadaran Pajak yang bekerja sama dengan Direktur Jenderal Pajak (Melatnebar 2019b). Kemenristekdikti Kemahasiswaan dengan memasukan teori kesadaran pajak di tengah-tengah kurikulum pendidikan Nasional. Selain itu, pada tahun 2017 pegawai DJP turun secara langsung dengan serentak di tengah-tengah sistem Pajak dan berdialog dengan 127.459 siswa di 2.182 sekolah dari tingkat SD, SMP, sekolah menengah dan universitas di Indonesia. Kegiatan pengabdian masyarakat ini tercatat di dengan menggunakan webinar. Pendidikan tentang pajak dengan peserta yang cukup banyak juga hadir. Kegiatan yang saya dan tim panitia lakukan adalah melakukan sebuah pekerjaan besar, namun tetap banyak peserta yang hadir dan peserta yang ingin mengetahui tentang pendidikan pajak khususnya bagi generasi milenial.

Kementerian Keuangan meminta generasi milenial tidak terburu-buru untuk melihat sisi negatif tentang kewajiban membayar pajak (Wuarmanuk 2017). Sebuah generasi yang baru atau sebuah generasi milenial memiliki ambisi untuk mencapai aturan ke kehidupan yang lebih maju, jadi DJP memiliki pemikiran upaya untuk datang kepada sebuah generasi milenial ini (Wuarmanuk 2019). Tahun 2030-2040, Indonesia diprediksi mencapai sebuah negara maju dengan ditopang oleh sektor pajak bila dilihat dari demografinya sekitar 65% dari populasi adalah generasi muda milenial dan produktif yang mungkin menjadi wajib pajak di masa depan Indonesia dapat belajar dari Jepang menerima bonus demografi dari generasi milenialnya, sebagaimana yang ditunjukkan pada tahun 1950 yakni Jepang Menjadi negara dengan kekuatan ekonomi ketiga di tengah-tengah Dunia (Laluur, Eugenius; Melatnebar, Benyamin; Huwai

Putri 2021). Berdasarkan informasi yang saya ketahui penting untuk melakukan pendidikan pajak ke sebuah generasi milenial.

Hasil dari Riset Lembaga tahun 2010 menyatakan bahwa sebuah generasi milenial adalah: 1) lebih banyak kepercayaan yang Dihasilkan Pengguna Konten atau konten yang dibuat oleh individu, 2) memilih Telepon selular dibandingkan dengan Televisi, 3) Itu perlu menjadi media sosial yang disukai 4) ini tidak cukup dengan mempelajari hal yang normal 5) juga memahami teknologi dibandingkan dengan orang tua (Melatnebar, Benyamin; Susanti 2022).

6) Memang terkadang generasi milenial tidak dapat diandalkan tetapi mereka masih memiliki semangat dan bisa berhasil, dan 7) mulai berbuat lebih banyak berkaitan dengan transaksi non tunai (Melatnebar, Winata, and Surjana 2021). Media digital dapat digunakan untuk memudahkan pendidikan pajak bagi generasi milenial (Wi, Peng; Sumantri, Farid Addy; Melatnebar 2022). Upaya pendidikan pajak untuk sebuah generasi milenial oleh: 1) meresap hasil dengan menggunakan media yang secara paralel baik,

2) membentuk sebuah wadah offline atau online, 3) melakukan media pendidikan pajak yang dapat diakses dengan memanfaatkan kemajuan teknologi seperti Twitter, Facebook, atau Youtube (Melatnebar 2019a).

Untuk itu, pendidikan pajak harus dapat meliputi lebih banyak generasi milenial serta tujuan pendidikan melalui perkembangan teknologi informasi sendiri maupun dengan webinar (Melatnebar, Benyamin; Suhendri; Suganda; Baghas, Budi; Kurniawan 2022).

TUJUAN

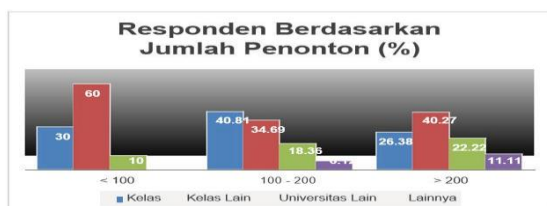
Tujuan peserta mempelajari webinar ini adalah untuk mengetahui cara pendidikan pajak dengan video yang secara paralel pada sebuah generasi milenial.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan yakni dengan mencapai tujuan yang digunakan secara langsung untuk memperbaiki kebiasaan yang biasa dilakukan. Cara mempelajarinya dengan menggunakan penelitian umum seperti dengan guru, dosen, editor pendidikan, penyuluhan, konsultan pendidikan, dan organisasi lainnya pecinta kegiatan belajar mengajar untuk meningkatkan proses belajar mengajar. Sebuah fitur spesial dengan mempelajari tindakan seperti: fokus praktis, yaitu praktik pengajaran dan penelitian sendiri, kerja sama, proses dinamis, sistem tindakan, juga laporan riset. Mempelajari tindakan dengan sebuah upaya untuk masalah dalam menyelesaikan sesuatu yang menjadi milik generasi milenial dengan mempertimbangkan salah atau tidaknya. Namun, juga upaya untuk memahami tentang bagaimana mengubah atau bagaimana ke arah yang lebih baik (Melatnebar et al. 2020).

Dengan mempelajari melalui literatur terpercaya dan sumber data primer dan mengambil kesimpulan dari berbagai aktivitas dan sisanya adalah dengan menambahkan berbagai dokumen. Meskipun yang Menjadi media untuk mempelajarinya melalui suatu penelitian itu sendiri. Namun untuk Temukan data banyak itu mungkin dapat menggunakannya menjadi lebih mudah di tengah-tengah mengumpulkan data yang akan menggunakan bahan lain berupa kertas ujian, satu lembar daftar pertanyaan, catatan, percakapan, dokumen, lainnya secara poligonulasi. Analisis data menggunakan logika untuk memahami pola kebiasaan di tengah-tengah data dengan menggunakan tiga langkah.

PEMBAHASAN DAN HASIL



Gambar 1: Responden Berdasarkan Jumlah Penonton

Penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah webinar pendidikan pajak cocok untuk generasi milenial. Seperti diketahui, peserta dengan daftar Usia 18 hingga 20 tahun termasuk dalam kategori generasi milenial sehingga bisa menyelesaikan sebuah sampel untuk mempelajari ini (Melatnebar et al. 2022).

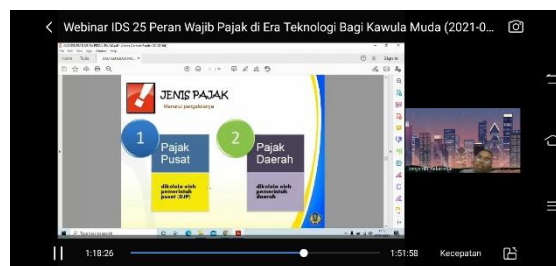
Karena untuk mengetahui hasil dari penyebarannya dibuatkan daftar pertanyaan yang ditujukan untuk para peserta dengan membuat video bagi peserta pengguna video. Gambar di bawah ini menunjukkan apakah video studi Keuangan Publik membantu para peserta pengkodean, menjelaskan fitur utama, juga menafsirkan data atau logika-induktif. Proses menggunakan model menurut Craig A. Mertler yang terbagi ke dalam empat langkah dengan melalui sembilan langkah penerapan.



Gambar 2: Proporsi Responden

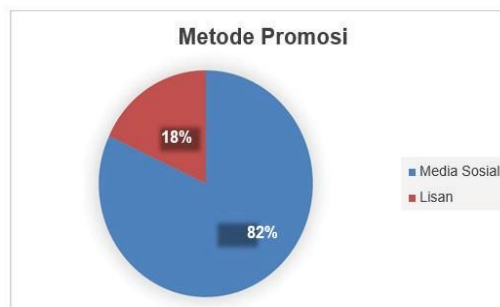
yang mengikuti webinar tersebut (Melatnebar, Benyamin; Baghas, Budi; Kurniawan 2022). Jika dilihat secara keseluruhan, itu berarti sebagian besar audiens target webinar adalah para peserta PKN yang muncul dari kelas yang sisanya sebesar 43%. Yang selanjutnya murid kelas sebesar 35%, murid dari Universitas

sisanya sebesar 21%, lagi dan hanya 1% untuk sisanya.



Gambar 3: Pemberian Materi Kepada Responden Terkait Jenis Pajak

Dari hasil angket, peserta yang membuat video memiliki nilai total kurang dari 100 peserta yang mengiklankan video mereka kepada siswa PKN STAN yang muncul dari kelas sisanya sebanyak 60%. Yang selanjutnya diikuti oleh 30% siswa kelas, dan siswa dari beberapa universitas hingga 10 persen. Meskipun siswa dalam kelompok ini tidak Melakukan promosi.



Gambar 4: Proporsi Metode Promosi

Untuk video dengan tampilan antara 100 dan 200, hasilnya bagus pameran itu promosi video mayoritas banyak yang diselesaikan kepada murid kelas banyak 40.81 persen, murid kelas sisanya sebanyak 34.69 persentase, murid Universitas sisanya banyak 18.36 persentase, lagi sisanya banyak 6.12 persentase.

Yang selanjutnya untuk video dengan nilai penonton ke 200, hasil acara bahwa banyak promosi dilakukan kepada siswa lain di kelas hingga 40,27 persen, murid kelas sebanyak 26.38 persen, murid Universitas sisanya sebanyak 22.22 persen, lagi sisanya sebanyak 11.11 persen.

Dari hasil di atas, hal menarik yang dapat dilihat adalah peran promosi karyawan beberapa mahasiswa dan yang

lainnya berbanding lurus dengan jumlah penonton video. Bagian dari promosi yang ditujukan untuk siswa dari kelas lain dan lainnya, banyaknya nilai penonton. Karena grup pertama, nilai penonton kurang dari 100, yakni hanya 10 persen. Di kelompok kedua, penonton 100 hingga 200, bagian dari promosi yang ditujukan untuk universitas lainnya dan lainnya sebesar 24,48 persen. Berikut dari pihak ketiga dengan jumlah penonton lebih dari 200, proporsi tertinggi mencapai 33,33 persen. Sesuatu ini dimungkinkan karena promosi yang ditujukan untuk kelas dan siswa kelas Dalam sifat PKN STAN, jumlahnya biasanya konstan. Jadi jika mau mempromosikan video yang dibuat, itu harus didistribusikan ke grup eksternal lainnya murid PKN STAN karena nilai Tidak terbatas.

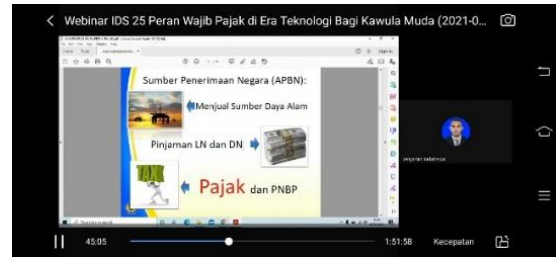
Yang selanjutnya untuk melihat cara yang digunakan dengan murid di tengah-tengah dalam melakukan promosi video dengan melihat gambar di bawah ini.



Gambar 5: Metode Promosi Berdasarkan Jumlah Penonton

Dari angket yang diberikan kepada siswa yang membuat video, hasilnya adalah Hal ini menunjukkan bahwa hanya dua metode yang digunakan, yaitu media sosial. Promosi melalui media sosial paling dominan, yaitu sebesar 82 persen, sedangkan promosi verbal hanya 18 persen. Sesuai dengan akhlak generasi milenial saat ini menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, berpromosi menggunakan media sosial diukur Lagi secara efektif karena yang nyata (dia bisa selesai atau di mana saja atau kapan saja) lagi dia bisa mencapai target. Jika dibagi

dengan jumlah penonton, dapat dilihat pada diagram di atas, di semua kelompok, terbukti bahwa metode promosi digunakan dominasi sosial dibandingkan dengan metode lisan dengan lebih dari 50 persen persentase. Namun, tidak ada korelasi yang jelas antara metode promosi tertentu dan banyaknya penonton.



Gambar 6: Pemberian materi kepada Responden Terkait Sumber APBN



Gambar 7: Pemberian materi kepada Responden Terkait Alokasi Hasil Pajak

KESIMPULAN

Dari hasil mempelajari yang dimiliki, pendidikan pajak dengan webinar yang secara paralel dengan sebuah generasi milenial yakni:

1. Menggunakan media sosial sebagai cara untuk mendistribusikan video. Ini ada di garis dengan surat sebuah generasi milenial yang kamu punya dengan melakukan Internet.
2. Gunakan rancangan seni yang dibuat khusus dengan menambah target penonton.
3. Penggunaan video pembelajaran sebagai salah satu cara untuk memudahkan siswa di tengah-tengah pelajaran yang terbukti dapat membantu mahasiswa dalam memahami teori membaca.

Melihat keefektifan video pembelajaran sebagai cara untuk mempermudah siswa dalam pembelajaran, disarankan agar

pembuatan video pembelajaran dapat diproduksi dengan berdasarkan kepada kurikulum bagi para pembaca. Terkait Untuk edukasi perpajakan, metode video ini bisa dijadikan alternatif cara meningkatkan kesadaran pajak di kalangan generasi milenial. Untuk kualitas video yang lebih baik, DJP dapat bekerja sama dengan praktisi pajak bagi lembaga untuk mengadakan kontes melakukan video pembelajaran.

REFERENSI

- Afandi, Thohir. 2017. Pusat Perencanaan Pembangunan Nasional. 22 Mungkin. Diakses pada 16 Desember 2018. [https://www.bappenas.go.id/index - .php/download_file/view/26355/8804/+&Kementerian Keuangan 2018 liputan6.com/bisnis/read/352306/ sri-mulyani- ke generasi- milenium- tentang-membayar-pajak.](https://www.bappenas.go.id/index.php/download_file/view/26355/8804/+&Kementerian%20Keuangan%202018%20liputan6.com/bisnis/read/352306/sri-mulyani-ke-generasi-milenium-tentang-membayar-pajak)
- Laluur, Eugenius; Melatnebar, Benyamin; Huwai Putri, Regina. 2021. "REALISASI DAN DAMPAK DARI PROGRAM AMNESTI PAJAK DI KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA TANGERANG BARAT." *JURNAL ILMIAH AKUNTANSI DAN TEKNOLOGI* 13: 1–12. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/akunto>.
- Melatnebar, Benyamin; Baghas, Budi; Kurniawan, Kito. 2022. "Menalar Belanja Pemerintah Daerah Terhadap Produk Domestik Bruto Sektor Pertanian Di Kawasan Priangan Timur Jawa Barat." *Akuntoteknologi* 1(Juli 2022): 1–10. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/akunto/article/view/1432/852>.
- Melatnebar, Benyamin; Suhendri; Suganda; Baghas, Budi; Kurniawan, Kito. 2022. "PELATIHAN KOMPETENSI PAJAK BAGI ANGGOTA KOPERASI SIMPAN PINJAM JASA KELURAHAN KOTABUMI, TANGERANG." *URGENSI:Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*: 35–44. <http://jurnal.hasbie.or.id/index.php/ju/article/view/52>.
- Melatnebar, Benyamin; Susanti, Metta. 2022. "Pelatihan Literasi Pajak UMKM Berbasis Harmonisasi Undang-Undang Pajak Pada UMKM Kotabumi Tangerang." *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia* 2(July 2022): 8–16. [http://syadani.onlinelibrary.id/index.p hp/JS/article/view/3](http://syadani.onlinelibrary.id/index.php/JS/article/view/3).
- Melatnebar, Benyamin. 2019a. "Efektivitas E-SPT Pajak Penghasilan Badan Dan e-Filling System Terhadap Penerimaan PPH Badan Serta Tax Planning Sebagai Variabel Pemoderasi." *Journal of Business Studies, Universitas Tujuh Belas Agustus Jakarta* 04(2019): 1–24. [http://journal.uta45jakarta.ac.id/index. php/jbsuta/issue/view/252](http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta/issue/view/252).
- . 2019b. "Menalar Kapabilitas Lulusan Sarjana Ekonomi Akuntansi Terhadap Aplikasi E-SPT PPH Badan Dalam Rangka Penyerapan Tenaga Kerja Di Dunia Usaha." *Universitas* 4(2): 01–10. [http://journal.uta45jakarta.ac.id/index. php/MAP](http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MAP).
- . 2020. *Tax Mechanisms in the New Normal Era for MSME Actors in the Abdimas Program*. 1st ed. ed. Yayasan Kita/ Medan: Our Writing Foundation Menulis. Medan: Yayasan Kita Menulis/ Medan: Our Writing Foundation. <http://www.kitamenulis.id>.
- . 2021. "Pengkreditan Pajak Penghasilan Pasal 24 Sebagai Perencanaan Pajak Yang Efektif." *Jurnal Akuntansi Manajerial (Managerial Accounting Journal)* 6(1): 47–70. [http://journal.uta45jakarta.ac.id/index. php/JAM/article/view/4593](http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/JAM/article/view/4593).
- Melatnebar, Benyamin, Yunia Oktari, Kito Kurniawan, and Eugenius Laluur. 2022. "Strategic : *Journal of Management Sciences Menalar*

- Indikator Yang Berkorelasi Terhadap Penerapan Tax Haven.” *Strategic: Journal of Management Sciences* 2(August): 45–53. <https://jurnal.stiesultanagung.ac.id/index.php/strategic/article/view/57>.
- Melatnebar, Benyamin, Suryadi Winata, and Mikael Tanuwiharja Surjana. 2021. “Menalar Dampak Kebijakan Tax Holiday Terhadap Iklim Investasi Di Indonesia Sejak 1970-2020.” *Jurnal Akuntoteknologi* 13(Juli — Desember 2021): 24–34. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/akunto>.
- Wi, Peng; Sumantri, Farid Addy; Melatnebar, Benyamin. 2022. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Audit Report Lag Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2020.” *eCo-Fin* 4(1): 32–41. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/512>.
- Wuarmanuk, Benyamin Melatnebar. 2017. “ANALISIS PENGARUH PENGHINDARAN PAJAK TERHADAP BIAYA HUTANG DENGAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BEI.” *PRIMANOMICS, Jurnal Ekonomi & Bisnis* 15.
- . 2019. “Questioning the E-Invoicing System, Tax E-Billing & E-Filling Systems against Amount of VAT Receipt [Menyoal Sistem E-Faktur, Kanal E-Billing Pajak & E-Filling Terhadap Jumlah Penerimaan PPN].” *Proceeding of Community Development* 2: 532–46. <http://103.129.221.144/index.php/comdev/article/view/340>.