



Implementasi : Jurnal Pengabdian Masyarakat

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/impementasi/index>

Volume 4 (1) 2023, 6-12

Sosialisasi pajak properti dan pemanfaatan digital marketing dalam pemasaran produk properti

Ratna Sari Dewi*, Wardokhi Wardokhi, Iin Rosini
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Indonesia
*Corresponding Author

Email: dosen01077@unpam.ac.id*, dosen02165@unpam.ac.id, dosen00014@unpam.ac.id

Article history: Received on June 12, 2023, Revised on June 15, 2023, and Published on June 27, 2023

ABSTRACT

The purpose of this Community Service is to provide an understanding of taxes, provide directions on how to market property products by utilizing digital marketing platforms and provide technical knowledge in treating property taxes and using digital marketing platforms. This Community Service is conducted around Pamulang University at PT Sulthan Permata Indonesia, located at Jalan Pajajaran No. 37, Rt.04/03 Bambu Apus, Pamulang, South Tangerang City, Banten, 15415 and conducted by visiting locations, providing counseling about property taxation and using digital marketing platforms. The PKM participants consisted of 22 marketing people and two company financial staff. The method is by delivering socialization materials, discussions and technical training on property taxation and digital platforms. The results of this Community Service show that most of the company's staff and marketing personnel are still unfamiliar with taxes related to the property business. Also, the wider use of digital platforms, currently only social media, is the most widely used in marketing its products, such as Whatsapp Business, Instagram, Facebook and Tik Tok.

Keywords: Digital Marketing, Tax, Property

ABSTRAK

Tujuan dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah Memberikan pemahaman tentang pajak, memberikan pengarahan tentang bagaimana cara memasarkan produk properti dengan memanfaatkan platform digital marketing serta memberikan pengetahuan secara teknis dalam perlakuan pajak properti dan penggunaan platform digital marketing. Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan di lingkungan sekitar Universitas Pamulang yaitu di PT. Sulthan Permata Indonesia yang berlokasi di Jalan Pajajaran No. 37, Rt.04/03 Bambu Apus, Kec. Pamulang Kota Tangerang Selatan Banten, 15415. Dilakukan dengan berkunjung ke lokasi, memberikan penyuluhan tentang perpajakan properti dan pemanfaatan platform digital marketing. Peserta PKM ini adalah sebanyak 22 Orang Marketing dan 2 Staf keuangan perusahaan. Metode yang dilakukan adalah dengan penyampaian materi sosialisasi, diskusi dan pelatihan teknis perpajakan properti serta pemanfaatan platform digital. Hasil dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat diketahui bahwa sebagian besar staf perusahaan dan tenaga marketingnya masih belum familiar tentang pajak yang kaitan dengan bisnis properti dan juga pemanfaatan platform digital yang lebih luas, saat ini hanya media sosial saja yang paling banyak dipergunakan dalam pemasaran produknya seperti whatsapp Bisnis, Instagram, Facebook dan Tik Tok.

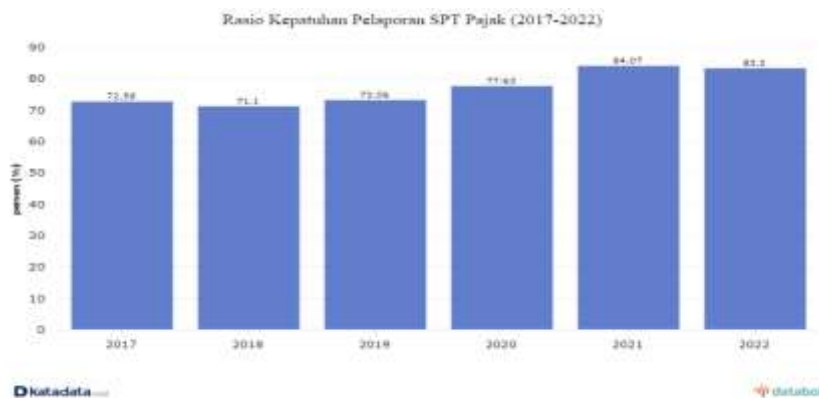
Kata kunci: Digital Marketing, Pajak, Properti

Pendahuluan

Sistem pemungutan pajak di Indonesia adalah *self assessment system* yang mana wajib pajak dipercaya oleh negara untuk mengelola pemenuhan kewajibannya sendiri, mulai dari mendaftar diri, menghitung pajak terutang, membayar atau menyetor pajaknya, melaporkan SPT serta mengarsip data. Salah satu alasan diberlakukannya reformasi sistem *self assessment* adalah meningkatnya kepatuhan membayar pajak (Tarjo dan Kusumawati, 2006).

Hal tersebut dikarenakan sistem *assessment* menuntut adanya peran serta aktif dari masyarakat dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya. Namun, pada kenyataannya belum semua potensi pajak yang ada dapat terpenuhi. Sebab masih banyak yang belum memiliki kesadaran akan pentingnya pemenuhan kewajiban perpajakan baik bagi negara maupun bagi mereka sendiri sebagai warga negara yang baik.

Realisasi kepatuhan masyarakat atau wajib pajak dalam melaporkan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) pajak dan membayar pajak sepanjang 2022 mencapai 83,2%. Laporan ini disampaikan oleh Direktur Jenderal Pajak Kementerian Keuangan, Suryo Utomo pada medio Januari 2023. Angka tersebut sebenarnya turun dari realisasi 2021 yang mencapai 84,07%. Akan tetapi capaian tersebut sudah melebihi target yang dipasang, yakni 80%.

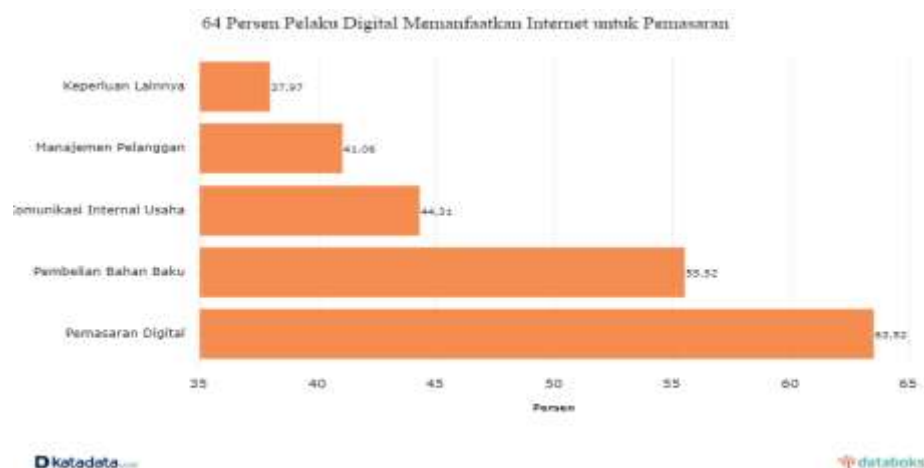


Dikutip dari Kontan.co.id, target SPT tahunan pada 2022 adalah sebanyak 19 juta wajib pajak yang terdiri dari 1,65 juta wajib pajak perusahaan dan 17,35 juta wajib pajak pribadi. Jika persentase kepatuhan 83,2%, maka SPT pajak 2022 yang dilaporkan baru 15,8 juta pelaporan. Dalam hal ini kami akan melaksanakan pendampingan dalam penyusunan SPT tahunan Badan milik perusahaan PT. Sulthan Pratama Indonesia dimana perusahaan masih belum memahami apa saja yang diperlukan dalam pelaporan SPT Tahunan. Perusahaan PT. Sulthan Pratama Indonesia yang berbadan hukum wajib melaporkan SPT tahunan. Di era digital seperti sekarang ini pelaporan dapat dilakukan secara online melalui website Direktorat Jenderal Pajak (DJP).

Permasalahan yang dihadapi oleh PT. Sulthan Pratama Indonesia dapat diidentifikasi sebagai berikut: Pertama, keterbatasan sumber daya manusia yang berlatar belakang akuntansi dan pajak serta minim sumberdaya, hal ini akan menghambat kinerja pada PT. Sulthan Pratama Indonesia serta membuat para pengurus kewalahan setiap tiba waktunya dalam penyusunan laporan pajak. Kedua, sumberdaya yang kurang *up to date* terkait dengan digital marketing atau aplikasi pendukung yang dapat menjadi sarana untuk meningkatkan penjualan. Dan yang ketiga dengan keterbatasan pengetahuan tersebut, mitra mengalami kesulitan dalam pengajuan kredit ke lembaga keuangan.

Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan peneliti, pihak mitra telah melakukan pemasaran baik offline maupun online di berbagai media social, namun konten yang disediakan belum terlihat “menarik” dan sedikit reviewnya. Berdasarkan Survei E-Commerce 2021 yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS), sebanyak 63,52 persen responden pelaku usaha e-commerce telah memanfaatkan layanan internet untuk pemasaran digital, baik melalui media sosial maupun marketplace. Era ekonomi digital berdampak kepada perubahan gaya hidup

masyarakat, termasuk pada metode transaksi yang digunakan publik. Cara berbelanja tidak lagi harus datang ke toko tetapi dapat melalui toko daring.



Menurut Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi (BAKTI) Kominfo, manfaat dari pemasaran digital adalah dapat menjangkau pasar yang lebih luas, audiens yang tepat sesuai barang/jasa yang dijual, biaya pemasaran yang efektif, serta mendorong inovasi dan iklim kompetisi. Walaupun penggunaan internet untuk pemasaran digital semakin banyak digunakan, namun Survei E-Commerce 2021 menunjukkan, baru 8 persen dari pelaku usaha yang menjadi responden pernah mendapatkan pelatihan pemasaran digital. Dan dari seluruh pelaku e-commerce yang mengikuti pelatihan itu, sebanyak 77,2 persen mendapatkannya dari swasta, sedangkan 25,4 persen lainnya dari pemerintah.

Tim pengabdian menyimpulkan permasalahan yang dialami PT. Sulthan Pratama Indonesia seharusnya sangat bisa untuk diantisipasi. Sebagian hal yang berkaitan dengan pajak sudah dijalankan oleh PT. Sulthan Pratama Indonesia namun ada beberapa hal yang perlu di update terkait aturan perpajakan serta administrasi pencatatan pajak yang dapat memudahkan dalam melakukan ekualisasi.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka tim pengabdian melakukan sosialisasi pajak properti dan pemanfaatan digital marketing dalam melakukan pemasaran produk properti di PT. Sulthan Pratama Indonesia agar memahami perpajakan yang berlaku di sektor usaha properti dan platform digital marketing sehingga PT. Sulthan Pratama Indonesia mampu melaksanakan kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan yang berlaku dan mampu meningkatkan penjualan produknya secara luas.

Manfaat kegiatan ini untuk PT. Sulthan Pratama Indonesia adalah PT. Sulthan Pratama Indonesia diharapkan dapat memahami dan memiliki keterampilan praktis dalam melakukan Rekonsiliasi fiskal untuk pengisian SPT Tahunan PPh Badan. Dari pelatihan ini diharapkan PT. Sulthan Pratama Indonesia dapat melakukan ekualisasi pajak serta peserta dapat menguasai langkah-langkah dalam melakukan pengisian SPT tahunan PPh Badan secara efektif dan melakukan penjualan produknya secara masif di platform digital.

Rumusan masalah dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah bagaimana cara memberikan sosialisasi Perpajakan Properti pada PT. Sulthan Permata Indonesia ?, Bagaimana pemanfaatan digital marketing yang bisa digunakan di PT. SPI ?, Bagaimana cara memberikan pengetahuan secara teknis dalam perpajakan dan penggunaan digital marketing di PT. SPI?. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan

pemahaman tentang pajak yang terjadi di PT. SPI, Memberikan pengarahan tentang bagaimana cara memasarkan produk properti dengan memanfaatkan platform digital marketing dan Memberikan pengetahuan secara teknis dalam perlakuan pajak properti dan penggunaan platform digital marketing.

Metode Pengabdian

Metode yang akan digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah melalui kegiatan Penyuluhan, pelatihan, kunjungan, pendampingan atau supervisi dan bimbingan. Dengan memberikan sosialisasi tentang pentingnya penyampaian SPT Tahunan. Penyuluhan bertujuan memberikan pemahaman kepada perusahaan tentang pentingnya penyampaian SPT tahunan sesuai dengan undang-undang yang berlaku dan dapat menyampaikan SPT secara tepat waktu. Selain itu juga memberikan pemahaman tentang platform digital marketing, memberikan ruang diskusi dan tanya jawab serta praktek pembuatan laporan perpajakan dan penggunaan salah satu platform digital.



Gambar 1. Metode Pengabdian

Hasil dan Pembahasan

PT. Sulthan Permata Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dibidang properti yang termasuk pendatang baru, karena baru 2 tahun beroperasi. PT. SPI ini merupakan perusahaan yang mempunyai budaya kerja yang unik, disebut unik karena mempunyai budaya kerja yang relatif berbeda dengan perusahaan kebanyakan. Diantara perbedaan itu adalah adanya kewajiban melakukan doa bersama (*Istighosah*) tiap ba'da subuh, dalam momen itu diantaranya ada kultum dan penyampaian motivasi dari pimpinan perusahaan, semangatnya adalah agar terwujud ketenangan jiwa (rohani) dan semangat dalam menjalani misi Perusahaan.

Selain itu juga, seluruh karyawan dibawah naungannya diberikan kewajiban untuk melakukan puasa dihari Senin dan Kamis, semangatnya adalah dengan harapan memiliki kekuatan jiwa dan raga, karena apapun yang dilaksanakan oleh manusia tidak akan berhasil dengan indah tanpa adanya intervensi dari Tuhan. Staf akuntansi dan pajak yang saat ini masih dipekerjakan, hanya satu orang dan masih belum memahami tentang perpajakan properti. Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan bimbingan karir kepada staf pajak PT. Sulthan Pratama Indonesia agar dapat menambah pengetahuan dan pemahaman perpajakan, solusi yang diberikan adalah :

1. Tugas dari tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yaitu memaparkan materi yang berkaitan dengan dasar – dasar pajak penghasilan badan, kemudian memberikan penjelasan tentang ketentuan apa saja yang menjadi dasar perhitungan PPh Badan dengan membuat soal kasus pembuatan kertas kerja rekonsiliasi fiskal.

2. Memberikan contoh latihan yang dapat dipahami menggunakan microsoft Excel untuk perhitungan laba fiskal sebagai dasar perhitungan pajak penghasilan badan terutang, menjelaskan bagaimana mengkreditkan pajak yang telah dipotong oleh pihak lain terhadap pajak terutang, menjelaskan penyusutan aset sesuai dengan pengelompokan aset dalam aturan perpajakan dan yang terakhir adalah mengisi e-SPT dengan menggunakan laporan keuangan dengan angka yang real.
3. Sharing tentang pengetahuan perpajakan. Bagian pembukuan dan perpajakan PT. Sulthan Pratama Indonesia, dari sejak awal tahun pajak 2023 diharapkan dapat melaksanakan tertib data administrasi perpajakan seperti bukti potong pajak yang dipotong oleh pemberi kerja, mulai direkap dan dikumpulkan setiap ada pemotongan , agar pada saat akhir tahun dapat dilaporkan secara tepat waktu. Bukti Potong yang dapat dikreditkan atau diperhitungkan terhadap pajak terutang adalah bukti potong dari pajak yang bersifat tidak final, seperti PPh Pasal 23, PPh Pasal 22, serta menjelaskan setelah pelaporan Surat Pemberitahuan Pajak Tahunan (SPT) tahun 2021 nanti ada pajak yang harus diangsur yaitu PPh Pasal 25



Gambar 2. Antusias Peserta Penyuluhan dan Pelatihan

4. Memberikan pelatihan penggunaan platform digital untuk pemasaran produk properti



Gambar 3. Sharing Perpajakan dan Platform digital



Gambar 4. Kebersamaan Akhir Pelaksanaan PKM

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi terhadap peserta yang mengikuti program ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar staf perusahaan dan tenaga marketingnya masih belum familiar tentang pajak yang kaitan dengan bisnis properti dan juga pemanfaatan platform digital yang lebih luas, saat ini hanya media sosial saja yang paling banyak dipergunakan dalam pemasaran produknya seperti whatsapp Bisnis, Instagram, Facebook dan Tik Tok.

Saran yang dapat diinformasikan dari hasil program pengabdian masyarakat ini adalah sebaiknya PT. Sulthan Permata Indonesia membuat program pelatihan khusus perpajakan dengan bekerja sama dengan Universitas atau bahkan menggunakan jasa konsultan pajak, selain itu juga menggunakan jasa konsultan marketing digital sehingga penguasaannya menjadi mumpuni yang berakibat dapat meningkatkan kuantitas penjualan produknya. Penulis menyadari bahwa program pengabdian masyarakat yang dilakukan masih memiliki kekurangan dan keterbatasan oleh karena itu sangat memerlukan masukan demi penyempurnaan pelaksanaan PKM yang akan datang. Pada program pengabdian selanjutnya, diharapkan dapat memberikan pemahaman teknis dalam hal perpajakan serta pemanfaatan digital marketing

Daftar Pustaka

- Abdi, F. K. (2022, February 28). Apa itu Digital Marketing : Pengertian, Kelebihan, Jenis, Strategi Digital Marketing.
- Assauri, S. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, H. (2015). Edisi Revisi Perencanaan & Strategi Komunikasi. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chaffey, D. (2015). Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice. England: Pearson Education Limited.
- Dharmmesta, B. S. (2014). Manajemen Penjualan. Yogyakarta: BPF.
- Dharmmesta, B. S., & Irawan, M. (2005). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Petriella, Y. (2020). Bisnis Properti 2021 Diyakini Bangkit, Ini Faktor Pendukungnya

- Resmi, Siti. (2014). Perpajakan : Teori dan Kasus. Salemba Empat, edisi 8
- Rahayu.S.K. (2017), Perpajakan Konsep dan Aspek Formal, Bandung: Rekayasa Sains
- Republik Indonesia. 2018. Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu. Lembaran Negara RI Tahun 2018 No. 89. Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga atas Undang Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tatacara Perpajakan (KUP).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat atas Undang Undang Nomor 7 Tahun 1984 tentang Pajak Penghasilan.
- Urban, G. (2004). Digital Marketing Strategy : text and cases. New York: Pearson Education
- Waluyo. (2017). Perpajakan Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.