

**OPTIMALISASI PERAN MEDIA KOMUNIKASI GRASSROOTS DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN WAJIB PAJAK UMKM
DI KALURAHAN MANTRIJERON**

Insani Aulya Fitria Santosa, Rochmad Bayu Utomo

Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Kota Yogyakarta

E-mail: insaniaulya1234@gmail.com, bayu@mercubuana-yogya.ac.id

Abstrak

Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pajak di kalangan UMKM melalui metode sosialisasi langsung selama satu hari di Kalurahan Mantrijeron. Kegiatan yang melibatkan 28 pemilik UMKM ini menggunakan media komunikasi grassroots yang bersifat personal dan mudah diakses, terbukti efektif dalam menyampaikan edukasi perpajakan. Hasil sosialisasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman akan pentingnya pajak sebagai kontribusi bagi pembangunan daerah. Selain itu, terjadi perubahan persepsi negatif terhadap pajak, di mana peserta mulai memandang pajak sebagai kewajiban yang mendukung legalitas dan keberlangsungan usaha UMKM.

Abstract

This socialization program aimed to increase tax awareness among MSMEs through a one-day direct socialization method in Kalurahan Mantrijeron. The activity, attended by 28 MSME owners, utilized grassroots communication media that are personal and easily accessible, proving effective in delivering tax education. The results of the socialization indicated an enhanced understanding of the importance of taxes as contributions to regional development. Furthermore, there was a shift in negative perceptions towards taxes, recognizing them as obligations supporting MSME legalities and business sustainability.

Kata kunci: Kalurahan Mantrijeron, kesadaran pajak, komunikasi grassroots, sosialisasi pajak, UMKM.

1. PENDAHULUAN

Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pajak di kalangan UMKM melalui pendekatan komunikasi grassroots yang lebih personal dan dekat dengan komunitas. UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap lapangan kerja dan Produk Domestik Bruto nasional. Namun, rendahnya pemahaman UMKM mengenai pentingnya pajak mengakibatkan tingkat kepatuhan pajak yang rendah. Hal ini berpotensi menghambat pembangunan daerah dan keberlangsungan usaha UMKM.

Urgensi pengabdian ini didasarkan pada rendahnya kesadaran pajak di kalangan UMKM, yang menjadi tantangan utama pemerintah dalam pengumpulan pajak dan pelaksanaan pembangunan. Melalui sosialisasi langsung yang diikuti oleh 28 pemilik UMKM di Kalurahan Mantrijeron, diharapkan tercipta pemahaman yang lebih baik tentang kesadaran membayar pajak.

Media grassroots dipilih sebagai metode utama karena efektivitasnya dalam menjangkau komunitas akar rumput secara langsung dan personal. Tinjauan pustaka menunjukkan bahwa penggunaan media dekat komunitas seperti radio komunitas, pamflet lokal, dan diskusi kelompok mampu meningkatkan edukasi pajak secara signifikan. Kesadaran membayar pajak tidak hanya

mendukung pembangunan infrastruktur dan fasilitas publik, tetapi juga meningkatkan legalitas dan kredibilitas usaha UMKM, memberikan akses ke berbagai program pemerintah, serta menghindari risiko sanksi hukum. Dengan demikian, kegiatan ini merupakan langkah strategis dalam menumbuhkan budaya kepatuhan pajak di tingkat dasar masyarakat UMKM.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan adalah pendekatan sosialisasi langsung selama satu hari, yang diselenggarakan di Kalurahan Mantrijeron dan ditujukan khusus untuk Forum Komunikasi Kelurahan Mantrijeron. Target sasaran sosialisasi adalah 28 pemilik UMKM yang dipilih berdasarkan keterlibatan aktif mereka dalam komunitas UMKM setempat dan potensi pengaruhnya dalam menyebarkan informasi kepada anggota lainnya. Pemilihan sasaran dilakukan melalui koordinasi dengan tokoh masyarakat dan pihak kelurahan agar representatif.

Bahan utama sosialisasi mencakup materi edukasi perpajakan yang dirancang secara komunikatif dan mudah dipahami. Alat bantu yang digunakan meliputi papan informasi dan media audiovisual untuk mendukung penyampaian materi. Desain alat bantu disesuaikan dengan karakteristik peserta dan lingkungan sosialisasi agar optimal dan mudah diterima.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pengisian Google Form oleh peserta yang hadir sebagai responden. Data yang dikumpulkan mencakup tingkat pemahaman, sikap, dan kesadaran pajak UMKM setelah mengikuti sosialisasi. Penggunaan Google Form bertujuan untuk memudahkan pendataan, validasi data, serta analisis selanjutnya.

Analisis data menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Data kuantitatif dari Google Form dianalisis secara statistik deskriptif untuk mengukur tingkat perubahan kesadaran pajak. Data kualitatif berupa observasi dan catatan lapangan dianalisis untuk memperoleh pemahaman mendalam terkait efektivitas metode sosialisasi dan hambatan yang dihadapi.

Proses sosialisasi mengedepankan komunikasi grassroots yang bersifat personal dan interaktif, memungkinkan peserta berdiskusi langsung dan bertanya terkait pajak. Model ini berbeda dari sosialisasi massal karena lebih fokus pada pendekatan komunitas yang dekat dan adaptif terhadap kebutuhan lokal. Produktivitas kegiatan diukur dari partisipasi aktif 28 peserta UMKM yang hadir dan mengisi Google Form. Kegiatan ini juga didukung oleh forum komunikasi yang memungkinkan feedback langsung dan tindak lanjut program pada pihak kelurahan.



Gambar 1. Dokumentasi Pemaparan Materi Sosialisasi



Gambar 2. Dokumentasi Tanya Jawab Materi Sosialisasi



Gambar 3. Dokumentasi Foto Bersama Setelah Kegiatan

Dengan rancangan metode ini, kegiatan diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak UMKM di Kalurahan Mantrijeron secara signifikan, sekaligus menjadi model replikasi sosialisasi pajak yang efektif untuk wilayah lain dengan karakteristik serupa

Tabel 1. Distribusi Respons Peserta Terhadap Materi Pajak

Variabel	Sebelum (%)	Kegiatan	Sesudah (%)	Kegiatan
Tingkat pemahaman pajak UMKM (Skala 1-10)	2		8,7	
Jumlah peserta sosialisasi (orang)	28		28	
Efektivitas media grassroots (%)	20%		87%	

Keterangan Notasi

$$\alpha + \beta = \gamma \quad (1)$$

Di mana α adalah variabel koefisien awal (dalam satuan dimensionless), β adalah variabel koefisien tambahan (dalam satuan dimensionless), dan γ adalah hasil kombinasi (dalam satuan dimensionless).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Sosialisasi

Hasil sosialisasi menunjukkan adanya peningkatan kesadaran dan pemahaman pajak di kalangan 28 pemilik UMKM yang hadir. Data dari pengisian Google Form mengindikasikan rata-rata peningkatan skor pemahaman pajak dari 2 sebelum sosialisasi menjadi 8,7 setelah sosialisasi

pada skala 1 sampai 5. Hal ini menunjukkan efektivitas metode sosialisasi langsung menggunakan media komunikasi grassroots yang personal dan mudah dijangkau.

Tabel 1 di bawah ini menunjukkan variabel terkait hasil sosialisasi, yaitu tingkat pemahaman pajak (x), jumlah peserta (y), dan efektivitas komunikasi (z) dalam persentase.

Tabel 1. Hasil Sosialisasi Kesadaran Pajak UMKM

Variable	Keterangan	Nilai
x	Tingkat pemahaman pajak UMKM	8,7
y	Jumlah peserta yang hadir	28
z	Efektivitas media grassroots (%)	87%

3.2 Pembahasan Hasil

Peningkatan pemahaman ini selaras dengan teori bahwa pendekatan komunikasi grassroots lebih efektif dalam menjangkau komunitas lokal secara personal dan adaptif. Diskusi interaktif selama sosialisasi memungkinkan peserta aktif bertanya dan memahami langsung manfaat pajak bagi UMKM dan pembangunan daerah. Dengan demikian, media grassroots menjadi sarana efektif dalam mengatasi rendahnya kesadaran pajak UMKM.

Selain itu, hasil ini menunjukkan bahwa peserta lebih memahami fungsi pajak bukan sebagai beban, melainkan sebagai kewajiban yang mendukung legalitas usaha dan membuka akses ke berbagai program pemerintah. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan pajak jangka panjang yang berkontribusi pada pembangunan daerah berkelanjutan.

Data yang terkumpul juga menegaskan pentingnya melanjutkan program sosialisasi ini secara berkala dan dengan cakupan yang lebih luas. Monitoring dan evaluasi berkelanjutan diperlukan untuk mengukur dampak jangka panjang terhadap kepatuhan pajak UMKM di Kalurahan Mantrijeron dan area sekitarnya.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari kegiatan sosialisasi pajak selama satu hari di Kalurahan Mantrijeron adalah metode sosialisasi langsung dengan pendekatan komunikasi grassroots terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman pajak di kalangan 28 pemilik UMKM yang hadir.

Data hasil pengisian Google Form menunjukkan peningkatan skor pemahaman pajak dari rata-rata 2 menjadi 8,7 pada skala 1 sampai 5, mengindikasikan efektivitas media komunikasi yang personal dan mudah diakses dalam menyampaikan edukasi pajak. Pemahaman peserta mengenai pajak sebagai kewajiban yang mendukung legalitas dan keberlangsungan usaha semakin meningkat, menggeser persepsi negatif sebelumnya. Hal ini penting untuk mendorong kepatuhan pajak jangka panjang yang berkontribusi pada pembangunan daerah yang berkelanjutan.

Komunikasi grassroots memungkinkan interaksi langsung dan diskusi yang meningkatkan pemahaman mendalam serta membangun kepercayaan peserta dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Oleh karena itu, program sosialisasi ini perlu dilanjutkan secara berkala dengan cakupan yang lebih luas agar dampak positifnya dapat dirasakan secara berkelanjutan. Kegiatan ini

menjadi model efektif yang dapat direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa untuk meningkatkan kesadaran pajak UMKM yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Boundless. 2016. "“Politics.”." *Boundless Sociology*. May 26 . Accessed Juny 2016, 01. <https://www.boundless.com/sociology/textbooks/boundless-sociology-textbook/stratification-inequality-and-social-class-in-the-u-s-9/the-impacts-of-social-class-77/politics-460-4972/>.
- Miles, Matthew B., and Huberman, A. Michael. 1992. *Qualitative Data Analysis*, ter: *Tjetjep Rohendi Rohendi dengan Judul: Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press.
- Samovar, Larry A, Richard E Porter, Edwin R.Mc Daniel, and Carolyn S Roy. 2013. *Communication Between Cultures.Eighth Edition*. Wadsworth: Cengage Learning.
- Würtz, Elizabeth. 2005. "Intercultural Communication on Web sites: A Cross-Cultural Analysis of Web sites from High-Context Cultures and Low-Context Cultures." *Journal of Computer-Mediated Communication* 11: 274–299.
- Boundless. 2016. "“Politics.”." Boundless Sociology. May 26. Accessed Juny 2016, 01. <https://www.boundless.com/sociology/textbooks/boundless-sociology-textbook/stratification-inequality-and-social-class-in-the-u-s-9/the-impacts-of-social-class-77/politics-460-4972/>.
- Duniadosen.com. (2024). Cara Membuat Abstrak, Pengertian, dan Unsur. <https://www.gramedia.com/literasi/cara-membuat-abstrak>.
- Miles, Matthew B., and Huberman, A. Michael. 1992. *Qualitative Data Analysis*, ter: *Tjetjep Rohendi Rohendi dengan Judul: Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Qualitative Data Analysis*. Jakarta: UI Press.
- OECD. (2021). *Building Tax Culture, Compliance and Citizenship*. OECD Publishing. <https://www.oecd.org/contentdam/oecden/publications/reports/2021/11/building-tax-culture-compliance-and-citizenship-ad2a361d18585eb1-en.pdf>.
- Pemerintah Kota Yogyakarta. (2025). Rencana Kerja Kemantrien Mantrijeron Tahun 2024. <https://mantrijeronkec.jogjakota.go.id>.
- Penerbit Deepublish. (2023). Cara Menulis Abstrak Karya Tulis Ilmiah, Skripsi, dan Paper. <https://penerbitdeepublish.com/tips-menulis-abstrak-karya-ilmiah>.
- Samovar, Larry A, Richard E Porter, Edwin R.Mc Daniel, and Carolyn S Roy. 2013. *Communication Between Cultures.Eighth Edition*. Wadsworth: Cengage Learning.

- Samovar, L. A., Porter, R. E., McDaniel, E. R., & Roy, C. S. (2013). *Communication Between Cultures* (Eighth Edition). Wadsworth Cengage Learning.
- Santosa, I. A. F. (2025). Optimalisasi Peran Media Grassroots dalam Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak UMKM di Kalurahan Mantrijeron. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Würtz, Elizabeth. 2005. "Intercultural Communication on Web sites: A Cross-Cultural Analysis of Web sites from High-Context Cultures and Low-Context Cultures." *Journal of Computer-Mediated Communication* 11: 274–299.