



Bagaimana Pandangan Pelaku UMKM tentang Insentif PPh Final Ditanggung Pemerintah Masa Pandemi?

Irmadela Nindyadiasti Rizkika Fitriani¹, Hari Purnomo², Raden Setiawan³

^{1,2,3}Politeknik Negeri Malang, Jl. Soekarno Hatta No. 9 Kota Malang, Jawa Timur, 65141, Indonesia

nindya.diasti@gmail.com; hari.purnomo@polinema.ac.id; rsetiawan@polinema.ac.id

*Corresponding author

doi.org/10.33795/jraam.v6i3.007

Informasi Artikel

Tanggal masuk	24-07-2023
Tanggal revisi	14-09-2023
Tanggal diterima	23-09-2023

Keywords:

Insentif Pajak;
Kehadiran Pajak;
pelaku UMKM;
Wajib Pajak.

Abstract: *What Are the Views Of MSME Players Regarding Final Income Tax Incentives Borne By The Government During The Pandemic?*

Purpose: *To determine MSMEs' perspectives on government-borne final income tax incentive and its relation to tax compliance during the pandemic.*

Method: *Mixed method that obtained 14 informants and 50 respondents who are MSME owners in Malang Raya and Sidoarjo.*

Results: *Government-borne final income tax incentive does not affect MSME tax compliance. Lack of socialization causes MSMEs to be unaware of tax incentives and differences in implementation between tax offices.*

Novelty: *Examining MSME perspectives on the government-borne final income tax and its relation to tax compliance.*

Contribution: *Additional knowledge related to MSME tax facilities and evaluation materials for the Directorate General of Taxes on implementing government-borne final income tax incentives.*

Kata kunci:

Tax Incentives;
Presence Of Taxes;
MSME actors;
Taxpayer.

Abstrak: *Bagaimana Pandangan Pelaku UMKM tentang Insentif PPh Final Ditanggung Pemerintah Masa Pandemi?*

Tujuan: Mengetahui perspektif UMKM terhadap PPh Final DTP dan kaitannya dengan kepatuhan pajak selama masa pandemi.

Metode: *Mixed method* dengan 14 informan dan 50 responden yang merupakan pemilik UMKM di Malang Raya dan Sidoarjo.

Hasil: Insentif PPh Final DTP tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak UMKM. Kurangnya sosialisasi menyebabkan UMKM tidak tahu adanya insentif perpajakan dan ada perbedaan implementasi antar KPP.

Kebaruan: Mengkaji perspektif UMKM terhadap insentif PPh Final DTP dan kaitannya dengan kepatuhan pajak.

Kontribusi: Pengetahuan tambahan UMKM terkait fasilitas perpajakan dan bahan evaluasi Ditjen Pajak atas pelaksanaan insentif PPh Final DTP.



1. Pendahuluan

Pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia sejak tahun 2020 menimbulkan kelesuan pada seluruh sektor ekonomi. UMKM sebagai roda penggerak ekonomi nasional menjadi sektor yang paling terdampak. Melihat kenyataan tersebut, Kementerian Keuangan kemudian memberikan fasilitas perpajakan kepada UMKM melalui insentif PPh Ditanggung Pemerintah (DTP). Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan No. 82 tahun 2021, pemerintah menanggung PPh Final UMKM sebesar 0,5%, tarif yang ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah No. 23 tahun 2018. Pada mulanya, insentif PPh Final DTP hanya diberikan hingga September 2020. Namun, melihat belum membaiknya perekonomian Indonesia, maka Kementerian Keuangan terus memperpanjang masa insentif PPh Final DTP hingga fasilitas tersebut berhenti diberikan pada Desember 2021. Selama dua tahun pemberian insentif PPh Final DTP, hanya 15% atau 9,8 juta UMKM yang memanfaatkannya [1].

Keputusan untuk memanfaatkan insentif PPh Final DTP bergantung pada pemahaman UMKM terhadap perpajakan. Perlu diketahui, sebagian besar UMKM menganggap pajak sebagai beban karena mengurangi laba bersih. UMKM di Surabaya merespons positif terkait kebijakan insentif PPh Final DTP. Namun, minimnya pemahaman terkait prosedur pengajuan membuat para pelaku usaha beranggapan insentif PPh Final DTP tidak memberikan dampak signifikan terhadap kelangsungan usaha [2]. Selain itu, faktor lain yang melatarbelakangi keputusan memanfaatkan insentif PPh Final DTP adalah kesadaran diri. Ajakan dan rayuan dari teman, rekan kerja, dan pemerintah tidak terbukti membuat UMKM yang terdaftar di KPP Sukomanunggal Surabaya memutuskan untuk memanfaatkan insentif PPh Final DTP. Desakan keadaan keuangan lebih berpengaruh terhadap keputusan pemanfaatan fasilitas perpajakan tersebut [3].

Adanya insentif PPh Final DTP juga tidak serta merta membuat UMKM patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Kepatuhan pajak sendiri memiliki beberapa indikator, seperti pendaftaran menjadi wajib pajak, menghitung pajak terutang, melapor SPT, dan membayar pajak [4]. Sayangnya, kenyataan menyebutkan bahwa insentif PPh Final DTP tidak membuat jumlah wajib pajak UMKM di KPP Pratama Balige meningkat. Seperti disebutkan sebelumnya, kurangnya kesadaran UMKM menyebabkan eksistensi insentif PPh Final DTP kurang mempengaruhi UMKM untuk memenuhi kewajiban perpajakan [5]. Selain itu, UMKM di Surabaya berpendapat bahwa sosialisasi memegang peran penting dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Karena, sosialisasi adalah jalan utama bagi UMKM untuk mendapatkan pemahaman perpajakan [6].

Kenyataan di atas mengarah pada suatu fenomena dimana kemudahan berupa pembebasan kewajiban pembayaran pajak bagi UMKM belum tentu sejalan dengan peningkatan kepatuhan memenuhi kewajiban perpajakan. Banyak faktor-faktor yang perlu dikendalikan agar keberadaan insentif PPh Final DTP mampu meningkatkan kepatuhan UMKM memenuhi kewajiban perpajakan. Hal tersebut kemudian menjadi topik utama penelitian, yaitu menganalisis pengaruh insentif PPh Final DTP terhadap pemenuhan kewajiban perpajakan UMKM. Penelitian sebelumnya lebih fokus terhadap UMKM yang telah memanfaatkan fasilitas insentif PPh Final DTP. Penelitian ini membagi fokus UMKM menjadi tiga, yaitu belum menjadi wajib pajak, telah menjadi wajib pajak, namun tidak memanfaatkan insentif PPh Final DTP, dan terdaftar sebagai wajib pajak serta memanfaatkan insentif PPh Final DTP.

Pertumbuhan UMKM di Kota Malang terus meningkat mengingat kota yang mendapat julukan “Kota Apel” tersebut terus didatangi oleh pendatang baik untuk melanjutkan pendidikan tinggi maupun berwisata. Pada tahun 2020 atau saat pandemi pertama kali masuk ke Indonesia, jumlah

UMKM di Kota Malang sebanyak 6.983 unit. Pandemi terbukti tidak menjadi penghalang untuk membuka usaha baru di Kota Malang karena pada tahun 2021 jumlah UMKM meningkat hingga menyentuh angka 7.920 unit [7]. Pertumbuhan UMKM di Kota Malang ternyata berbanding terbalik dengan kenyataan yang didapat di Kabupaten Malang. Per tanggal 31 Juli 2020 atau saat pemerintah gencar menerapkan pembatasan besar-besaran, jumlah UMKM di Kabupaten Malang menurun ke angka 425 ribu unit. Penurunan jumlah UMKM dikarenakan selama pandemi UMKM di Kabupaten Malang mengalami penurunan penjualan, kesulitan mendapatkan modal, dan kesusahan melakukan distribusi produk. Pemerintah setempat tidak tinggal diam dan menanggapi keluhan UMKM dengan memberikan bantuan suntikan dana hingga pelatihan *digital marketing* [8]. Bantuan lain yang diberikan oleh pemerintah untuk menyelamatkan UMKM dari gempuran pandemi adalah insentif perpajakan dengan tarif nol persen atau yang disebut dengan insentif PPh Final DTP.

Perekonomian nasional sempat mengalami kelesuan selama masa pandemi. Namun, kewajiban perpajakan tidak dihapuskan meskipun di tengah ketidakpastian keadaan ekonomi nasional. Baik WP OP maupun WP Badan, kewajiban perpajakan selama pandemi tidak ada yang berubah. Hal tersebut tentu berkaitan erat dengan kepatuhan pajak. Hasil di lapangan menyebutkan bahwa ada perubahan kepatuhan pajak UMKM saat sebelum dan selama pandemi. Kepatuhan pajak UMKM menurun selama pandemi apabila dibandingkan dengan tahun-tahun sebelum pandemi padahal pemerintah membebaskan UMKM dari kewajiban membayar pajak selama pandemi. Sayangnya, informasi insentif pajak tersebut belum diketahui khalayak luas karena minimnya pengalaman pelaku usaha dalam bidang perpajakan, kendala proses pelaporan yang berbasis teknologi, dan kualitas pelayanan KPP belum

optimal. Selain itu, kurangnya kesadaran wajib pajak selama masa pandemi juga menjadi salah satu faktor menurunnya kepatuhan pajak UMKM [9][10][11].

Berdasarkan data dan fakta yang disebutkan sebelumnya, penelitian ini diharapkan mampu menggali lebih dalam terkait bagaimana pelaku UMKM di Malang Raya memandang insentif PPh Final DTP yang diberikan oleh pemerintah selama pandemi. Seperti diketahui bersama, jumlah UMKM terus bertumbuh selama masa pandemi, namun kepatuhan pajak UMKM menunjukkan hal sebaliknya. Faktor-faktor dibalik kepatuhan pajak UMKM selama pandemi dengan adanya insentif PPh Final DTP akan dikupas dalam penelitian ini. Selain itu, misteri dibalik kecilnya angka UMKM yang memanfaatkan PPh Final DTP saat pandemi juga akan dibahas lebih mendalam di penelitian ini.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan *mixed method* yang mampu menjembatani metode kualitatif dan kuantitatif sehingga peneliti lebih leluasa menjawab permasalahan penelitian [12]. *Mixed method* dipilih karena mampu memecahkan masalah penelitian lebih komprehensif mengingat *mixed method* memperbolehkan peneliti menggunakan berbagai jenis instrumen dan berbagai jenis data. Data primer penelitian diperoleh melalui wawancara, kuesioner, dan observasi langsung.

Peneliti melakukan wawancara terlebih dahulu kepada 14 informan yang salah satunya memiliki 2 usaha. Sektor usaha UMKM dalam penelitian ini terdiri dari 5 UMKM bergerak di bidang makanan dan minuman, 3 UMKM bergerak di bidang perlengkapan rumah, 3 UMKM bergerak di pemasok barang, dan masing-masing 1 UMKM bergerak di bidang percetakan, bengkel, produksi cinderamata, jasa IT. Wawancara dilakukan secara tatap muka antara peneliti dengan informan menggunakan teknik *structured interview*

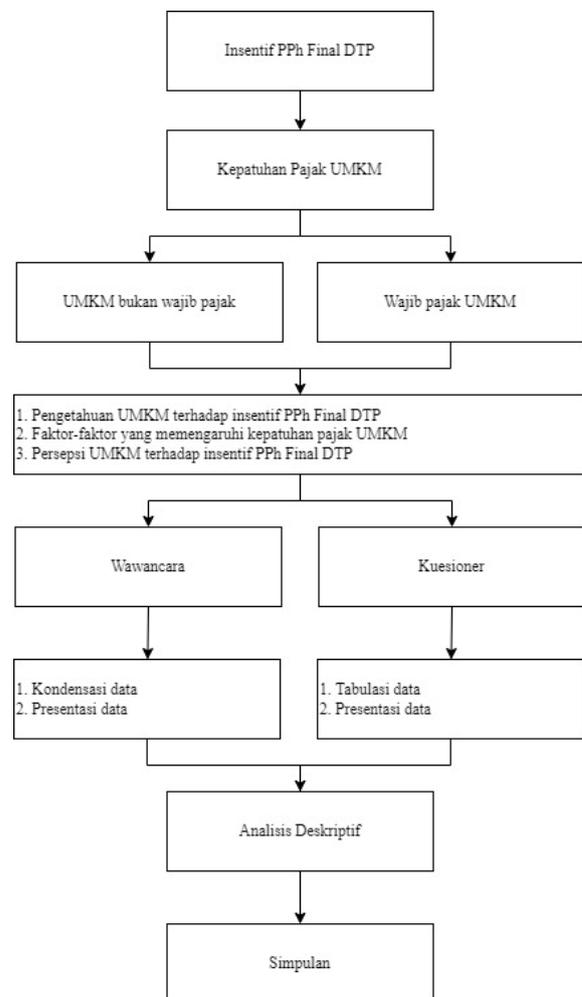
dimana peneliti telah menyusun pertanyaan sebelumnya [13]. Wawancara dilakukan dari bulan Januari hingga April 2022 bersamaan dengan *deadline* lapor SPT tahunan wajib pajak UMKM pada tanggal 30 April 2022 [14]. Data informan disajikan pada Tabel 1.

Di tengah proses pengambilan data melalui wawancara, peneliti mulai menyebarkan kuesioner secara daring melalui *Google Form* kepada 50 responden tersebar di wilayah Malang Raya. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti merupakan adopsi dari kuesioner yang digunakan untuk meneliti kepatuhan pajak UMKM di KPP Pratama Malang Selatan [15]. Setelah data penelitian dirasa cukup oleh peneliti, maka langkah selanjutnya adalah analisis data. Selayaknya pada proses pengambilan data, peneliti menganalisis data kualitatif terlebih dahulu karena jenis data tersebut lebih dahulu terkumpul daripada data kuantitatif.

Dokumentasi wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan merekam suara sehingga langkah awal analisis adalah mengubah rekaman suara ke dalam bentuk tulisan. Setelah itu, dilakukan kondensasi data yang berarti menyederhanakan data-data yang diperoleh selama proses wawancara. Peneliti menyingkirkan informasi yang tidak terkait dengan topik penelitian sebelum melakukan *coding*. *Coding* merupakan tahapan melabeli dan mengelompokkan data yang mirip dengan tujuan mempermudah proses analisis [16].

Pengumpulan data kuantitatif memakan waktu lebih lama daripada kualitatif. Sehingga, analisis data kuantitatif dilakukan setelah data kualitatif selesai dianalisis. Kuesioner dalam penelitian ini berfungsi sebagai pendukung argumen yang didapatkan dari data kualitatif. Dengan kata lain, kuesioner adalah pelengkap data penelitian. Setelah data berhasil terkumpul, peneliti mula-mula melakukan tabulasi data. Peneliti

melakukan skoring pada item-item kuesioner kemudian mengelompokkan item tersebut ke dalam suatu tabel sesuai dengan analisis yang dibutuhkan [13]. Kemudian peneliti menyajikan hasil tabulasi data tersebut dalam bentuk tabel frekuensi untuk selanjutnya dilakukan analisis deskriptif. Analisis deskriptif dilakukan pada kedua jenis data penelitian. Baik data kualitatif dan kuantitatif diolah dan dianalisis untuk mendeskripsikan masalah dalam penelitian. Hasil dari analisis deskriptif tersebut memudahkan peneliti menarik kesimpulan yang merupakan tahap akhir dari analisis data penelitian. Kerangka penelitian dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Tabel 1. Karakteristik Informan

Nama Usaha	Pendaftaran Wajib Pajak	Tahun Berdiri	Sektor Usaha
B.K.C	Belum terdaftar	2015	Makanan dan minuman
K.W	Belum terdaftar	2021	Kerajinan
H.B	Belum terdaftar	2019	Perlengkapan rumah
K.I	Belum terdaftar	2017	Perlengkapan rumah
J.S	Belum terdaftar	2019	Makanan dan minuman
CV K.M.S	Sudah terdaftar	2018	Pemasok
CV R.G	Sudah terdaftar	2017	Percetakan
K.B	Sudah terdaftar	2020	Makanan dan minuman
CV M.G	Sudah terdaftar	2014	Bengkel
H.C.C	Sudah terdaftar	2012	Makanan dan minuman
T.T	Sudah terdaftar	2016	<i>Fashion</i>
K.T.S.R	Sudah terdaftar	2000	Makanan dan minuman
CV A.M.P	Sudah terdaftar	2013	Pemasok
CV P.K	Sudah terdaftar	2009	Pemasok
CV C	Sudah terdaftar	2017	Teknologi informasi

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil wawancara didapatkan peneliti dari para informan disajikan di Tabel 1. Hasil wawancara menunjukkan pandemi yang melanda Indonesia sejak tahun 2020 tentu berpengaruh terhadap perubahan tatanan kehidupan masyarakat. Termasuk juga UMKM yang menjadi sektor ekonomi paling terdampak karena pandemi. Dari hasil wawancara, diketahui sebagian besar informan mengeluhkan mengenai kemerosotan omset dikarenakan daya beli masyarakat menurun selama pandemi. Penurunan daya beli tersebut diakibatkan karena masyarakat lebih selektif sebelum membeli sesuatu karena keadaan keuangan yang tidak stabil selama pandemi.

Meskipun sebagian besar informan mengeluhkan perihal merosotnya omset selama pandemi. Ada sebagian kecil informan mengaku omset usahanya tidak terpengaruh karena pandemi dan masih bisa menjalankan usaha seperti sebelumnya. Bahkan salah satu informan menuturkan bahwa omset meningkat pesat selama pandemi sebagai akibat dari penggunaan media daring. Dari hasil wawancara juga diketahui bahwa sektor usaha teknologi informasi pertahanannya lebih kuat dibanding lainnya. Karena, pembatasan berskala besar mengharuskan sebagian besar kegiatan dilakukan secara daring dan memerlukan perangkat lunak.

“Selama pandemi ini kita malah banyak pesanan pembuatan software karena transisi dari online ke offline. Padahal sebelumnya pesanan software itu hanya sedikit. Tapi, selama pandemi ini melonjak.”

Kunci UMKM dapat bertahan selama masa pandemi adalah mau beradaptasi dengan *digital marketing* dan terus melakukan inovasi terhadap produk-produknya mengingat selama pandemi bermunculan tren-tren unik di pasar [17]. Selain itu, bagi beberapa informan pandemi malah memberikan hikmah, yaitu kesempatan membuka usaha baru. Akibat PHK besar-besaran yang dilakukan perusahaan, masyarakat dituntut bertahan hidup dalam ketidakpastian. Cara paling sederhana untuk mendapatkan penghasilan adalah dengan membuka UMKM. Ada 2 UMKM yang usahanya dibuka di tengah pandemi pada tahun 2020 dan 2021. Pemilik usaha K.B dan K.W mengaku pandemi mendatangkan rezeki dengan kesempatan membuka usaha. Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia juga menyebutkan bahwa selama pandemi terjadi penambahan UMKM sebanyak 12 juta [18].

“Usaha kami ini ada karena pandemi. Saat awal-awal pandemi dimana kantor-kantor banyak tutup dan PHK karyawannya, kami memutar otak supaya tetap ‘hidup’ sehingga lahirlah usaha ini.”

Larangan berskala besar gencar diterapkan oleh pemerintah pada awal pandemi untuk menekan persebaran virus COVID-19. Akibatnya, banyak usaha terpaksa tutup sementara. Badan Pusat Statistik melakukan survei terhadap 46.355 UMKM di Indonesia dan mendapati hasil bahwa 20,4% UMKM harus tutup sementara karena pandemi dan 16,08% terpaksa mengurangi jam operasional dan karyawan untuk menekan biaya produksi [19]. Namun, ada satu kisah unik disampaikan oleh salah satu informan penelitian. Pemilik usaha H.C.C yang bergerak di bidang makanan dan minuman mengaku berhenti beroperasi selama tiga bulan dan memanfaatkan situasi tersebut untuk berbagi kebaikan dengan sesama. Informan tersebut membagikan makanan gratis kepada tenaga kesehatan dan pasien isolasi mandiri di Kota dan Kabupaten Malang dengan sistem pesan antar.

Selama pandemi, UMKM juga dituntut untuk tetap patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Kepatuhan pajak dinilai dari empat indikator. Indikator pertama adalah mendaftarkan diri sebagai wajib pajak [4]. Halangan terbesar bagi UMKM untuk tidak mendaftarkan usahanya sebagai wajib pajak adalah omset. Sebagian besar UMKM adalah usaha rumahan yang omset usahanya belum stabil sehingga menyisihkan hasil penjualan untuk membayar pajak cenderung memberatkan. Selain itu, proses administrasi juga dianggap susah karena kurangnya pengetahuan pajak.

“Kami ini sebenarnya mau mendaftarkan usaha menjadi wajib pajak karena apabila usaha semakin besar pasti membutuhkan NPWP. Tapi, kami ini bingung harus mulai dari mana karena kurangnya informasi perpajakan. Selain itu, keberadaan calo juga membuat proses pendaftaran menjadi tidak nyaman. Omset kami juga belum stabil jadi takut nanti malah rugi kalau jadi wajib pajak.”

Penelitian pendahulu yang dilakukan kepada 96 pemilik UMKM di Kota Malang juga menunjukkan hal serupa. Faktor kurangnya pemahaman pajak mempengaruhi kemauan UMKM untuk menjadi wajib pajak [20]. Di Kota Malang sendiri dari ratusan ribu UMKM, hanya 4.295 di antaranya menjadi wajib pajak di KPP Pratama Malang Utara.

Selain masalah omset, minimnya pengetahuan pajak juga menjadi penghalang UMKM tidak mendaftarkan usahanya sebagai wajib pajak. Indonesia menganut *self-assessment system*. Sistem tersebut mengharuskan wajib pajak untuk menghitung, membayar, dan melapor pajak terutang sendiri. Keberhasilan dari *self-assessment system* tergantung pada pengetahuan wajib pajak [21]. Pengetahuan pajak adalah pemahaman wajib pajak terhadap hukum dan prosedur perpajakan dalam rangka memenuhi kewajibannya sebagai wajib pajak [22]. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa mayoritas informan belajar pajak secara otodidak karena minimnya sosialisasi pajak.

Inisiatif diri sendiri merupakan faktor penentu terbesar UMKM mau mendaftarkan diri menjadi wajib pajak. Sebanyak 92 UMKM di KPP Pratama Pondok Aren mengaku mendaftarkan usahanya sebagai wajib pajak atas inisiatif diri sendiri. Bahkan 82 diantaranya sudah mendaftarkan sejak awal usaha beroperasi. Mendaftarkan UMKM menjadi wajib pajak turut mengubah status bisnis dari informal menjadi formal. Sehingga, peluang untuk mendapatkan bantuan finansial juga semakin luas [23].

“Kami mendaftarkan usaha atas inisiatif diri sendiri. Menurut kami, mendaftarkan usaha merupakan bentuk menjadi warga negara yang baik. Kalau punya NPWP kesempatan kerja sama itu lebih luas terutama tender pemerintah. Selain itu, NPWP juga mempermudah untuk mendapatkan pinjaman.”

Dalam penelitian, beberapa informan bentuk usahanya adalah CV. Menjadi wajib pajak bagi badan usaha CV adalah suatu keharusan dan satu paket bersama dengan

pendirian usaha. Sehingga, apabila berinisiatif mendirikan CV, maka juga harus mau menerima risiko terdaftar sebagai wajib pajak. Selain inisiatif diri sendiri, tarif pajak UMKM sebesar 0,5% tergolong rendah sehingga beberapa informan penelitian mengaku tidak keberatan dengan tarif tersebut. Hal tersebut juga terjadi di KPP Pratama Boyolali dimana penurunan tarif dari 1% ke 0,5% turut meningkatkan jumlah permintaan UMKM untuk menjadi wajib pajak [24].

Berbicara mengenai sosialisasi pajak, hampir seluruh informan penelitian mengaku tidak pernah mendapatkan sosialisasi perpajakan. Meskipun saat ini sosialisasi pajak banyak dilakukan melalui media sosial, namun metode tersebut kurang efektif karena tidak semua wajib pajak aktif menggunakan media sosial [25]. Selama ini sebagian besar informan penelitian belajar perpajakan secara otodidak. Sosialisasi yang sering didapatkan informan malah seputar pendanaan dan *digital marketing* dari Dinkop UKM. Selain kurangnya sosialisasi, para informan juga mengeluhkan masalah pelayanan dan kecakapan petugas KPP dalam menyelesaikan permasalahan. Petugas KPP dinilai kurang terampil dan hobi melempar tanggung jawab.

“Kalau ada masalah kami biasanya langsung menghubungi Account Representative di KPP. Nah, AR itu kurang cakap dalam menyelesaikan masalah. Terkadang malah melempar masalah ke AR lain sehingga lama selesainya. Selain itu, apabila menemui masalah, kami harus datang ke KPP secara langsung apabila ingin segera selesai. Hal itu sangat tidak efektif dan memakan banyak waktu serta tenaga.”

Perlu diingat, PPh Final PP 23/2018 memiliki masa tenggang. Bagi UMKM yang tidak pernah menerima sosialisasi, masa tenggang PPh Final PP 23/2018 tidak cukup untuk mempelajari seluk-beluk perpajakan. Butuh waktu 8-10 tahun untuk memahami pajak. Apalagi tidak semua pelaku UMKM

lulus dari jurusan akuntansi dan pajak. Selain itu, UMKM lebih suka mengalokasikan dana yang digunakan untuk belajar pajak sebagai tambahan modal. Namun, bagi UMKM yang menerima sosialisasi, masa tenggang PPh Final PP 23/2018 dirasa cukup untuk belajar pajak [26]. Disinilah terlihat pentingnya sosialisasi pajak.

Pengetahuan UMKM terhadap tarif 0,5% juga masih rendah. Hal serupa juga terjadi pada UMKM di Kecamatan Medan Timur yang menyebutkan bahwa pengetahuan wajib pajak terhadap tarif 0,5% masih rendah. Sebagian besar wajib pajak UMKM di kawasan tersebut beranggapan bahwa tarif pajak UMKM masih 1%. Miskonsepsi tersebut bisa terjadi karena minimnya sosialisasi pajak dari pemerintah sehingga wajib pajak kebingungan untuk menjalankan kewajiban perpajakannya [27]. Padahal, sosialisasi pajak dari pemerintah merupakan sumber informasi perpajakan utama [21]. Karena, sosialisasi pajak turut berpengaruh terhadap kepatuhan memenuhi kewajiban perpajakan [28].

Apabila terdaftar sebagai wajib pajak, maka UMKM mau tidak mau harus melakukan pencatatan transaksi untuk mengisi SPT. Beberapa informan ada yang menganggap kewajiban tersebut mudah, namun ada juga yang memandang susah. Apalagi setelah adanya transisi dari SPT manual ke SPT elektronik yang menuntut UMKM beradaptasi dengan cepat. Karena, tak semua pemilik UMKM berlatar belakang akuntansi dan perpajakan, maka pengetahuan seputar kedua hal tersebut terbatas. Tak jarang para informan salah mengisikan informasi yang menyebabkan proses pengisian SPT molor karena harus diperbaiki. Selain itu, *website down* juga menjadi penghalang karena telat melapor satu detik, maka akan dikenakan denda.

UMKM yang menganggap kewajiban mencatat transaksi dan melapor SPT susah, biasanya dikarenakan kurangnya pengetahuan dalam bidang akuntansi. Kemauan untuk melakukan pencatatan transaksi juga dipengaruhi oleh tingkat pendidikan. Sebagian besar UMKM tidak melakukan pencatatan untuk menghindari kompleksitas transaksi

apabila usaha semakin berkembang [29][30]. Meskipun banyak halangan dalam pengisian SPT, mayoritas informan yang usahanya terdaftar sebagai wajib pajak tetap harus menyelesaikan proses tersebut apabila tidak ingin dikenakan denda. Taat melapor SPT juga membuat UMKM memiliki reputasi baik.

Selama pandemi, kewajiban melapor SPT tidak terhenti. UMKM tetap harus melaporkan SPT seperti biasa. Sebagian besar informan mengaku masih melaporkan SPT selama pandemi. Meskipun begitu, masih ada informan dan responden penelitian yang lalai memenuhi kewajiban tersebut selama pandemi. Faktor yang melatarbelakangi UMKM lalai melapor SPT adalah usaha yang merugi selama pandemi sehingga pelaku usaha bingung harus mengisikan data apa ke dalam SPT. Selain itu, kesibukan pemilik usaha diluar urusan menjalankan UMKM juga menjadi latar belakang UMKM lalai mengisi dan melapor SPT.

Dari hasil wawancara diketahui denda merupakan salah satu alasan mengapa UMKM mau membayar pajak. UMKM diwajibkan membayar denda sebesar Rp 100.000,00 per masa SPT apabila terlambat melapor. Hal tersebut juga yang kemudian mempengaruhi 13,1% UMKM di Kota Yogyakarta untuk berlaku patuh [31]. Namun, perlu disayangkan, denda pajak kurang tegas diterapkan sehingga masih banyak UMKM yang menyepelekan. Di KPP Pratama Malang Utara, penurunan penerimaan pajak UMKM terjadi pada tahun 2019-2020. Pada tahun 2019, penerimaan pajak dari UMKM sebesar 17,6M sedangkan di tahun 2020 hanya sebesar 9,9M. Salah satu alasan kemerosotan penerimaan pajak adalah fasilitas PPh Final DTP yang diberikan oleh pemerintah selama masa pandemi.

Insentif PPh Final DTP merupakan fasilitas dari Kementerian Keuangan yang pada mulanya tertuang pada Peraturan Menteri Keuangan No. 44 Tahun 2020. Peraturan tersebut kemudian diperbarui per semester hingga fasilitas PPh Final DTP terakhir diberikan pada Desember 2021 berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan No. 82 Tahun 2021. Sebanyak 8 informan mengaku tidak tahu

kalau ada fasilitas seperti itu dari pemerintah. Bahkan ada salah satu informan yang menganggap PPh Final DTP adalah hoaks. Meskipun begitu, udara segar masih didapatkan dari 7 informan yang mengetahui bahwa pemerintah menanggung PPh Final UMKM selama masa pandemi.

Tahu akan fasilitas insentif PPh Final DTP tidak otomatis membuat UMKM langsung memanfaatkannya. Keputusan UMKM memanfaatkan insentif PPh Final DTP dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu insentif PPh Final DTP tidak berbentuk Bantuan Langsung Tunai (BLT), ada keengganan bagi UMKM untuk berlaku patuh terhadap pajak, dan UMKM menganggap kalau menjadi wajib pajak hanya karena insentif PPh Final DTP, maka kewajibannya di masa depan akan bertambah. Ditambah lagi belum ada skema seperti insentif PPh Final DTP di masa depan [32]. Faktor lain yang juga berpengaruh adalah pengetahuan pajak serta pengaruh internal dan eksternal. Artinya, semakin tinggi pengetahuan pajak seseorang, maka peluang untuk memanfaatkan insentif PPh Final DTP juga tinggi. Selain itu, pengaruh dari keluarga, teman, atau kolega juga memengaruhi UMKM untuk memanfaatkan insentif PPh Final DTP [33].

Alasan terbesar UMKM tidak memanfaatkan insentif PPh Final DTP adalah karena ketidaktahuan. Informasi seputar PPh Final DTP yang masih simpang siur juga menjadi alasan mengapa UMKM penelitian tidak memanfaatkan insentif tersebut. Sedangkan, bagi pemanfaat insentif PPh Final DTP, hal tersebut mampu menghindarkan usaha dari masalah di masa depan. Selain itu, adanya desakan karena penurunan omset kemudian mengantarkan UMKM memanfaatkan insentif PPh Final DTP untuk menekan biaya operasional. Pengajuan insentif PPh Final DTP yang bisa dilakukan secara daring turut menjadi alasan UMKM memanfaatkan insentif PPh Final DTP.

Menteri Keuangan Republik Indonesia Sri Mulyani mengatakan bahwa pada tahun 2021 jumlah UMKM yang memanfaatkan insentif PPh Final DTP hanya 138.635 dengan

total realisasi kurang lebih 800 miliar rupiah [34]. Direktorat Jenderal Pajak mencatat bahwa sejak pertama kali diberikan pada tahun 2020, hanya 9,8 juta UMKM yang memanfaatkan insentif PPh Final DTP [1]. Di KPP Pratama Malang Utara, 27% UMKM atau sebanyak 1.159 dari 4.295 UMKM yang memanfaatkan insentif dengan total realisasi sebesar 6,3M.

Wajib pajak tidak lagi diwajibkan untuk membayar pajak dengan adanya insentif PPh Final DTP sehingga kewajibannya hanya melaporkan laporan realisasi bulanan yang mengharuskan UMKM melakukan pencatatan transaksi. Seluruh informan sepakat bahwa insentif PPh Final DTP sangat menguntungkan karena menekan penggunaan kas untuk kegiatan operasional selama pandemi. Para informan juga menyayangkan tidak mengetahui fasilitas PPh Final DTP lebih awal karena fasilitas tersebut sangat meringankan beban UMKM.

“Kalau kami tahu lebih awal, pasti kami akan memanfaatkan. Sayang kan ada bantuan seperti itu, tapi tidak dimanfaatkan. Meskipun sedikit, tapi itu sangat membantu kami yang usahanya melemah karena pandemi.”

Persepsi UMKM sangat memengaruhi keputusan UMKM untuk memanfaatkan insentif PPh Final DTP. Menurut 82 UMKM di Batang, Jawa Tengah, insentif PPh Final DTP sangat menguntungkan [35]. Namun, 63 UMKM di KPP sekitar DKI Jakarta mengatakan sebaliknya karena fasilitas tersebut hanya ada selama pandemi. Selain itu, daya beli masyarakat juga menurun akibat pandemi. Sekali UMKM memanfaatkan insentif PPh Final DTP, maka selamanya akan dikenakan pajak sehingga laba bersih turut berkurang [36]. Adanya insentif PPh Final DTP juga tidak otomatis membuat UMKM menjadi lebih rajin dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

“Insentif tidak membuat kami menjadi lebih bersemangat menjalankan kewajiban perpajakan. Mungkin karena terbiasa jadi tidak ada perubahan baik

sebelum maupun sesudah adanya insentif.”

Di awal, disebutkan bahwa kurangnya sosialisasi PPh Final DTP menimbulkan perbedaan implementasi antar KPP. Hal tersebut terjadi pada CV P.K yang mengaku ditagih KPP untuk membayar pajak meskipun sudah mengikuti proses administrasi pengajuan insentif PPh Final DTP. Pemilik CV P.K mengeluhkan mengapa teguran baru disampaikan di akhir periode dan tidak di awal saat masih melengkapi berkas administrasi. Selain itu, sikap petugas KPP juga tidak kooperatif dan cenderung acuh. Akhirnya, pemilik CV P.K mau tidak mau harus merelakan uangnya untuk membayar pajak beserta dendanya. Kejadian tersebut patut disayangkan dan seharusnya tidak terjadi pada UMKM yang telah memenuhi seluruh syarat administratif dan selalu melaporkan realisasi bulanan [37]. Kejadian tidak mengenakan seperti yang dialami oleh CV P.K diharapkan tidak terulang di masa depan. Karena, sebagian besar informan berharap pemerintah terus memberikan fasilitas perpajakan serupa dengan insentif PPh Final DTP.

Data yang didapatkan dari wawancara kemudian diperkuat dengan hasil pengisian kuesioner. Karakteristik responden terlihat pada tabel 2. ebanyak 34 responden belum mendaftarkan usahanya menjadi wajib pajak. Kemudian, apabila ditinjau dari tahun berdiri usaha, mayoritas responden mendirikan usaha pada tahun 2020-2021 yang mana tahun tersebut merupakan awal virus COVID-19 masuk ke Indonesia dan pemerintah menerapkan pembatasan sosial berskala besar.

Kenaikan jumlah UMKM pada tahun 2020-2021 juga terjadi di Surabaya. Menurut data yang dihimpun dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro (Dinkopum) Kota Surabaya, selama tahun 2020 hingga 2021 jumlah UMKM di Kota Surabaya meningkat sebesar 40 ribu unit [38]. Hal tersebut menunjukkan bahwa pandemi tidak hanya membawa dampak negatif kepada masyarakat. Bagi sebagian masyarakat, pandemi justru menjadi kesempatan untuk membuka peluang usaha dan lapangan pekerjaan baru.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Deskripsi	Jawaban	Jumlah	Persentase (N=50)
Pendaftaran wajib pajak	Belum terdaftar	34	68%
	Sudah terdaftar	16	32%
Tahun berdiri usaha	2000	1	2%
	2007	2	4%
	2008	1	2%
	2010	2	4%
	2011	1	2%
	2014	1	2%
	2015	2	4%
	2016	3	6%
	2017	2	4%
	2018	5	10%
	2019	7	14%
	2020	11	22%
	2021	11	22%
	2022	1	2%
Sektor usaha	Makanan dan minuman	26	52%
	Kerajinan dan furniture	2	4%
	<i>Fashion</i>	6	12%
	Pariwisata	2	4%
	Jasa	4	8%
	Perlengkapan rumah	1	2%
	Karangan bunga	1	2%
	Parsel	1	2%
	Agrikultur	2	4%
	Teknologi informasi	1	2%
	Pemasok	2	4%
	Distributor	2	4%

Ditinjau dari sektor usaha mayoritas responden usahanya bergerak di bidang makanan dan minuman. Tak bisa dipungkiri, tren makanan dan minuman selama masa pandemi tengah naik daun. Ide dan inovasi seputar makanan dan minuman bertebaran di media sosial, seperti *Instagram* dan *TikTok*. Berdasarkan data yang dihimpun dari Kata Data, industri makanan dan minuman merupakan industri yang tahan terhadap pandemi dan pertumbuhannya tetap bergerak ke arah positif. Meskipun di tengah pandemi, industri makanan dan minuman berhasil menyerap 3,75% tenaga kerja pada tahun 2020, naik sebesar 0,01% dari tahun sebelumnya. Hal tersebut dikarenakan tingkat konsumsi rumah tangga pada industri makanan dan minuman masih cukup tinggi. Peminat rumah tangga terhadap industri makanan dan minuman juga meningkat saat pandemi. Itulah mengapa industri makanan

dan minuman menjadi sektor usaha yang tahan pandemi disamping sektor farmasi dan obat-obatan [39]. Selanjutnya, karakteristik responden berdasarkan pendaftarannya sebagai wajib pajak dapat dilihat pada tabel 3. Tabel 3 menunjukkan mayoritas responden yang merupakan wajib pajak UMKM usahanya berdiri pada tahun 2016, 2018, 2019, dan 2020 dengan persentase terbesar ada pada tahun 2018. Sektor usaha terbesar dipegang oleh makanan dan minuman disusul oleh perdagangan dan fashion. Industri makanan dan minuman menjadi industri terbanyak yang menjadi wajib pajak berkaitan dengan pajak daerah yang mengenakan pajak atas restoran. Biasanya usaha yang telah menjadi wajib pajak berbentuk restoran atau kafe. Sehingga, mau tidak mau para pengusaha harus berlaku patuh apabila ingin menjalankan usaha dengan aman.

Tabel 3. Karakteristik Responden Wajib Pajak UMKM

Deskripsi	Jawaban	Jumlah	Persentase (N=16)
Responden wajib pajak UMKM		16	
Tahun berdiri	2000	1	6,25%
	2007	1	6,25%
	2011	1	6,25%
	2014	1	6,25%
	2015	1	6,25%
	2016	2	12,5%
	2017	1	6,25%
	2018	3	18,75%
	2019	2	12,5%
	2020	2	12,5%
	2022	1	6,25%
Sektor usaha	<i>Fashion</i>	2	12,5%
	Pertanian	1	6,25%
	Furnituree & kerajinan	1	6,25%
	Makanan dan minuman	6	37,5%
	Teknologi Informasi	1	6,25%
	Pariwisata	1	6,25%
	Perdagangan	3	18,75%
	Barang dan jasa	1	6,25%

Tabel 3 juga mengungkapkan fakta bahwa lama usaha memengaruhi pendaftaran UMKM menjadi wajib pajak. Hal tersebut juga ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan terhadap 78 UMKM di Kota Bali yang menunjukkan hasil positif antara pengaruh lama usaha dengan kepatuhan pajak UMKM [40]. Seiring dengan lamanya usaha berdiri, maka pemahaman pemilik usaha terkait kewajiban perpajakan semakin tinggi yang mengantarkannya patuh terhadap peraturan perpajakan [41]. Selanjutnya, hasil pengisian kuesioner oleh responden wajib pajak dapat dilihat pada tabel 4 di bawah ini.

Berdasarkan tabel 4, usaha yang berdiri pada tahun 2019-2021 paling banyak tidak terdaftar sebagai wajib pajak. Karena, Industri makanan dan minuman yang didominasi oleh usaha rumahan membuat pemiliknya enggan mendaftarkan usaha sebagai wajib pajak karena dinilai memberatkan. pemilik usaha yang masih seumur jagung fokusnya merintis, belum peka terhadap kewajiban perpajakan. Namun, ada juga usaha yang berdiri lebih dari 10 tahun dan belum terdaftar sebagai wajib pajak. Fakta tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan 78 UMKM di Bekasi yang

menyebutkan lama usaha berpengaruh negatif terhadap kepatuhan pajak. Lamanya usaha tidak menjamin sebuah UMKM patuh pajak karena persepsi pemilik usaha yang memandang pajak akan memberatkan penjual dan pembeli sehingga enggan berlaku patuh kepada pajak [41]. Sektor makanan dan minuman masih memegang peringkat tertinggi. Industri makanan dan minuman berkembang pesat salah satu faktor dibaliknya adalah kemajuan media sosial. Penelitian menunjukkan bahwa iklan di media sosial turut memengaruhi calon konsumen sebelum memutuskan untuk membeli produk [42]. Apalagi selama pandemi masyarakat banyak menghabiskan waktu di rumah dengan menonton konten media sosial. Sehingga, konsumsi rumah tangga terhadap makanan dan minuman ikut meningkat.

Pemahaman pengusaha seputar perpajakan dan persepsinya terhadap insentif PPh Final DTP juga diteliti. Hasil pengisian kuesioner terkait kedua hal tersebut dapat dilihat pada tabel 5 dan 6. Perbandingan antara responden yang mengaku memiliki pengetahuan cukup dan tidak cukup terkait perpajakan adalah sama. Namun, mayoritas yang tidak sejalan dengan pernyataan pertama adalah UMKM bukan wajib pajak.

Tabel 4. Karakteristik Responden Bukan Wajib Pajak UMKM

Deskripsi	Jawaban	Jumlah	Persentase (N=34)
Responden bukan wajib pajak UMKM		34	
Tahun berdiri	2007	1	2,94%
	2008	1	2,94%
	2010	2	5,88%
	2015	1	2,94%
	2016	1	2,94%
	2017	1	2,94%
	2018	2	5,88%
	2019	5	14,70%
	2020	9	26,47%
	2021	11	32,35%
Sektor usaha	Pertanian	1	2,94%
	Furniture & kerajinan	1	2,94%
	Pariwisata	1	2,94%
	Makanan dan minuman	20	58,82%
	Kursus <i>online</i>	1	2,94%
	Jasa	2	5,88%
	<i>Home living</i>	1	2,94%
	<i>Fashion</i>	4	11,76%
	<i>Florist</i>	1	2,94%
	Aneka Hampers & parcel	1	2,94%
	Distributor	1	2,94%

Tabel 5. Pengetahuan Insentif PPh Final DTP

Pernyataan	Jawaban (N=50)			
	STS	TS	S	SS
Saya memiliki pengetahuan cukup tentang pajak	7 (14%)	18 (36%)	17 (34%)	8 (16%)
Saya mengetahui tentang NPWP	4 (8%)	7 (14%)	23 (46%)	16 (32%)
Saya mengetahui bahwa UMKM merupakan salah satu wajib pajak	3 (6%)	8 (16%)	26 (52%)	13 (26%)
Saya mengetahui bahwa selama pandemi pemerintah menanggung pajak UMKM	15 (30%)	13 (26%)	12 (24%)	10 (20%)
Saya mengetahui tarif pajak yang ditanggung pemerintah adalah 0,5%	16 (32%)	14 (28%)	11 (22%)	9 (18%)
Saya mengetahui bahwa masa insentif pajak diperpanjang hingga Desember 2021	14 (28%)	18 (36%)	10 (20%)	8 (16%)
Saya mengetahui tata cara pengajuan insentif pajak	16 (32%)	18 (36%)	11 (22%)	5 (10%)
Saya mengetahui tentang SPT	11 (22%)	10 (20%)	19 (38%)	10 (20%)

Tabel 6. Perspektif UMKM terhadap Insentif PPh Final DTP

Pernyataan	Jawaban (N=50)			
	STS	TS	S	SS
Insentif pajak turut mengurangi beban pajak terutang	4 (8%)	14 (28%)	19 (38%)	13 (26%)
Pajak UMKM ditanggung pemerintah	5 (10%)	6 (12%)	15 (30%)	24 (48%)
Insentif pajak untuk UMKM dengan omset tahunan di bawah 4,8 milyar	7 (14%)	6 (12%)	19 (38%)	18 (36%)
Prosedur pengajuan insentif pajak mudah dipahami	7 (14%)	18 (36%)	18 (36%)	7 (14%)
Pengajuan insentif pajak dilakukan secara <i>online</i>	5 (10%)	11 (22%)	17 (34%)	17 (34%)
Insentif pajak untuk pemulihan ekonomi nasional	3 (6%)	6 (12%)	21 (42%)	20 (40%)
Wajib pajak UMKM harus melakukan pencatatan transaksi untuk mendapatkan insentif	4 (8%)	12 (24%)	16 (32%)	18 (36%)

Hal tersebut dikarenakan status usahanya sendiri bukan wajib pajak, sudah pasti pengetahuan pemilik usaha terkait perpajakan sangat minim dan dibawah pengusaha yang usahanya adalah wajib pajak. Meskipun begitu, masih ada 7 responden yang usaha terdaftar sebagai wajib pajak turut menyanggah pernyataan satu.

Baik responden yang usahanya terdaftar maupun tidak terdaftar sebagai wajib pajak, mayoritas mengetahui apa itu NPWP. Hanya sebagian kecil dari 50 responden yang tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Namun, terkait pengetahuan SPT, sebanyak 19 dari 34 responden bukan WP tidak mengetahuinya. Hal serupa juga terjadi pada pernyataan ketiga. Sebagian besar responden baik dari WP maupun bukan WP tahu bahwa UMKM merupakan salah satu wajib pajak.

Terkait kebijakan pemerintah selama masa pandemi yang menanggung pajak UMKM, kebanyakan dari responden bukan WP tidak setuju terhadap pernyataan tersebut. Hal itu kembali berkaitan dengan status usaha dan pemahaman perpajakan. Apabila status usaha bukan wajib pajak, wajar apabila pengusaha tidak tahu terkait fasilitas perpajakan. Bahkan, masih banyak UMKM bukan WP yang tidak mengetahui tarif 0,5% yang dikenakan kepada UMKM. Ketidaktahuan terhadap program pemerintah menanggung pajak UMKM selama pandemi juga berdampak pada ketidaktahuan

pengusaha akan sejak dan sampai kapan fasilitas tersebut diberlakukan. Sedangkan, bagi WP UMKM, sebagian besar responden tahu akan kemudahan dalam perpajakan yang diberikan pemerintah selama masa pandemi dan terkait tarif pajak UMKM. Para WP UMKM sebagian besar juga mengetahui mengenai tenggat waktu pemberian insentif tersebut. Terkait perspektif UMKM terhadap insentif PPh Final DTP, 17 responden bukan WP menganggap fasilitas tersebut mengurangi pajak terutang sedangkan 17 lainnya memiliki pandangan yang berseberangan. Bagi responden WP UMKM, hanya 1 dari 16 responden yang tidak sejalan dengan pernyataan pertama. Insentif PPh Final DTP memungkinkan UMKM tidak membayar pajak karena telah ditanggung oleh pemerintah. Sebanyak 39 dari 50 responden sepakat akan pernyataan tersebut. Begitu juga terkait batas omset 4,8 M yang ditetapkan.

Prosedur pengajuan insentif PPh Final DTP sebenarnya telah tersedia di halaman resmi Ditjen Pajak. Namun, masih banyak UMKM yang tidak menyadarinya sehingga terlewat memanfaatkan fasilitas tersebut. Terkait prosedur pengajuan, 9 dari 16 responden WP UMKM mudah memahaminya. Sedangkan, bukan WP UMKM mengungkapkan sebaliknya. Suatu kewajiban bagi bukan WP UMKM apabila merasa kesusahan dalam memahami prosedur pengajuan insentif. Karena, pengetahuan

perpajakan yang dimiliki bukan WP juga sangat minim. Baik, WP maupun bukan WP UMKM, keduanya sepakat bahwa pengajuan insentif PPh Final DTP dapat dilakukan secara daring dengan syarat wajib melakukan pencatatan transaksi. Hanya 9 dari 50 responden yang tidak mendukung program insentif untuk pemulihan ekonomi nasional. Sebanyak 41 responden setuju akan kebijakan tersebut dan berharap akan ada bantuan serupa di masa depan.

Dari 16 WP UMKM, hanya 7 di antaranya yang memanfaatkan insentif PPh Final DTP. Kenyataan tersebut sejalan dengan data yang didapatkan dari KPP Pratama Malang Utara. Per 31 Desember 2021 hanya 27% dari seluruh UMKM terdaftar dan dikenakan PPh Final yang memanfaatkan insentif PPh Final DTP. Malang yang notabene termasuk kota besar saja banyak yang tidak mengetahui fasilitas tersebut. Apalagi Manokwari Barat yang berada jauh dari pusat ibukota. Minimnya sosialisasi dan pengetahuan tentang insentif PPh Final DTP membuat hanya sebagian UMKM di Manokwari Barat yang memanfaatkannya. Hal tersebut patut disayangkan mengingat fasilitas ini mampu meringankan beban UMKM selama pandemi [43].

4. Kesimpulan

Perbedaan mendasar antara WP UMKM dan bukan terletak pada pemahaman perpajakan. Pengusaha yang usahanya terdaftar sebagai wajib pajak memiliki pengetahuan lebih daripada pengusaha bukan wajib pajak UMKM. Meskipun begitu, hal tersebut tidak mengantarkan pada jumlah fantastis UMKM yang memanfaatkan insentif PPh Final DTP. Masih banyak UMKM tidak tahu mengenai insentif fasilitas perpajakan tersebut dan besarnya tarif yang ditanggung. Faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakan, yaitu kesadaran diri, omset, pemahaman pajak, dan sosialisasi pajak. Tujuan UMKM berperilaku patuh memenuhi kewajiban perpajakan adalah untuk

menghindari denda, memberikan usaha reputasi baik, dan mengikuti tender pemerintahan. UMKM merespons positif insentif PPh Final DTP dan tidak keberatan dan syarat yang diberlakukan. Namun, adanya insentif PPh Final DTP tidak membuat UMKM semakin giat memenuhi kewajiban perpajakan. UMKM berharap skema fasilitas perpajakan seperti PPh Final DTP kembali diberikan di masa depan dan pemerintah lebih menggencarkan sosialisasi sehingga lebih banyak UMKM yang tahu serta meminimalkan perbedaan implementasi antar KPP.

Penelitian ini dapat digunakan oleh UMKM sebagai pengetahuan tambahan terkait perpajakan dan fasilitas-fasilitas pajak dari pemerintah. Terkhusus bagi Direktorat Jenderal Pajak, fakta yang ditemukan dalam penelitian bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi dari pelaksanaan insentif PPh Final DTP dan gambaran tentang keresahan UMKM selama ini. Penelitian tentang kepatuhan pajak UMKM telah banyak dilakukan sebelumnya. Namun, penelitian yang spesifik terhadap insentif PPh Final DTP masih jarang ditemukan. Penelitian ini kemudian bisa menjadi gambaran terkait implementasi PPh Final DTP dengan data mendalam yang didapatkan dengan menggabungkan dua metode penelitian.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Penggunaan metode kualitatif menitikberatkan pada subjektivitas peneliti yang mengarah pada bias. Untuk mengurangi bias penelitian, dilakukan triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan *crosscheck* antara fakta dari informan dengan hasil penelitian lainnya. Triangulasi metode dilakukan dengan menggunakan beberapa metode pengambilan data, yaitu wawancara dan observasi [13]. Objek penelitian terbatas di wilayah Malang Raya dan Sidoarjo serta responden penelitian hanya berjumlah 50 sehingga masih kurang menggambarkan keadaan sebenarnya. Kuesioner disebar secara daring sehingga keseriusan responden diluar kendali peneliti.

Untuk itu peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang berfokus pada sektor usaha tertentu dengan tetap memperhatikan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 7 tahun 2021 dan menggunakan teknik analisis data lain, seperti analisis faktor. Penelitian terhadap objek insentif PPh DTP lain dan dilakukan di lokasi berbeda juga dapat dilakukan di masa depan.

Daftar Rujukan

- [1] DDTC News. UMKM yang Pakai Insentif Pajak Baru 9,8 Juta, DJP: Yuk, Manfaatkan. DDTC News 2021. <https://news.ddtc.co.id/> (accessed May 26, 2022).
- [2] Ahliuwan AM. Analisis Persepsi UMKM di Surabaya Terhadap Insentif Pajak PPh Final pada Masa Pandemi Covid-19. Undergraduate Thesis. Universitas Surabaya, 2022.
- [3] Rossana E, Sari RP. Faktor Penentu Minat Wajib Pajak Atas Insentif Perpajakan UMKM di Masa Pandemi COVID-19. *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 2023;7:402–7. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.831>.
- [4] Pusanita I, Machfuzhoh A, Pratiwi R. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin* 2020;2:71–8. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31000/sinamu.v2i0.3474>
- [5] Sitindaon RSL, Bandiyono A. Penerapan Insentif Pajak Penghasilan Final Bagi UMKM di KPP Pratama Balige pada Masa Pandemi COVID-19. *EDUCORETAX* 2021;1:128–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.54957/educoretax.v1i2.8>.
- [6] Andrew R, Sari DP. Insentif PMK 86/2020 Di Tengah Pandemi Covid 19: Apakah Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Surabaya? *Jurnal Akuntansi Dan Pajak* 2021;21:349–66. <https://doi.org/dx.doi.org/10.29040/jap.v21i02.1597>.
- [7] BPS. Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Kecamatan di Kota Malang (Unit), 2021-2022. Badan Pusat Statistik n.d. <https://malangkota.bps.go.id/> (accessed September 12, 2023).
- [8] Islami NW, Supanto F, Soeroyo A. Peran Pemerintah dalam Mengembangkan UMKM yang Terdampak COVID-19. *Karta Raharja* 2021;2:45–57.
- [9] Guna WI, Amini SA, Firmansyah A, Trisnawati E. Kepatuhan Wajib Pajak Badan Selama Era Pandemi COVID 19: Insentif Pajak, Sosialisasi Perpajakan, dan Kesadaran Wajib Pajak. *Jurnal Pajak Indonesia* 2022;6:613–25.
- [10] Kilo AS, Amaliah TH, Husain SP. Potensi Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Masa Pandemi COVID-19 Setelah Diterbitkan Insentif PPh 21 final UMKM Ditanggung Pemerintah. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 2022, p. 44–52. <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/ncaf.vol4.art8>.
- [11] Tan R, Hizkiel YD, Firmansyah A, Trisnawati E. Kepatuhan Wajib Pajak Di Era Pandemi Covid 19: Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Perpajakan, Peraturan Perpajakan. *Educoretax* 2021;1:208–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.54957/educoretax.v1i3.35>.
- [12] Creswell JW, Clark VLP. *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. 2nd ed. California: SAGE; 2017.
- [13] Sugiyono. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta; 2016.
- [14] Heryana A. Informan dan Pemilihan Informan pada Penelitian Kualitatif 2018:7.
- [15] Putri NJP, Iqbal S. Analisis Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Terkait Pemberian Insentif Pajak dalam PP Nomor 23

- Tahun 2018. *Jurnal Mahasiswa FEB* 2020;8.
- [16] Miles MB, Huberman AM, Saldana J. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 4th ed. California: SAGE; 2020.
- [17] Rosita R. Pengaruh Pandemi COVID-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis* 2020;9:109–20. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>.
- [18] Yusuf. Kenaikan Jumlah UMKM Go Online Jadi Hasil Konkret Pembahasan Transformasi Digital di KTT G20. Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia 2022. <https://www.kominfo.go.id/> (accessed August 23, 2023).
- [19] BPS. Hasil Survei Kegiatan Usaha pada Masa Pandemi COVID-19. Jakarta: 2021.
- [20] Widyati KM. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemauan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Menjadi Wajib Pajak (Studi pada UMKM di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 2018;6.
- [21] Andriani Y, Herianti E. Pengaruh Sosialisasi Pajak, Pemahaman Perpajakan, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Studi empiris UMKM di Pasar Tanah Abang, Jakarta Tahun 2013-Agustus 2015). Seminar Nasional dan The 3rd Call for Syariah Paper, Surakarta: Syariah Paper Accounting FEB UMS; 2015, p. 487–96.
- [22] Riadita FA, Saryadi. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada UMKM yang Terdaftar di KPP Pratama Semarang Selatan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 2019;8:105–13.
- [23] Marasabessy IL. Pengaruh Penurunan Tarif Pajak UMKM Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Studi Kasus Pada KPP Pratama Pondok Aren). Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah, 2020.
- [24] Hermawan AK, Ramadhan MR. Pengaruh Perubahan Tarif PPh UMKM terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak di KPP Pratama Boyolali. *Simposium Nasional Keuangan Negara 2020*, Badan Pendidikan dan Penelitian Keuangan Kementerian Keuangan Republik Indonesia; 2020, p. 43–58.
- [25] Ainul NKIK, Susanti. Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, dan Penerapan Sistem E-Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surabaya Wonocolo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial* 2021;15:9–19. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.18004>.
- [26] Poernomo Y. Kewajiban bagi UMKM untuk Menghitung Pajak Penghasilan Orang Pribadi Berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2018. *Simposium Nasional Keuangan Negara 2020*, Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan Kementerian Keuangan Republik Indonesia; 2020, p. 932–52.
- [27] Afdillah A, Umairah A. Analisis Pengetahuan Wajib Pajak UMKM Terhadap Kewajiban Perpajakan Tentang Tarif UMKM (Studi Kasus di Kecamatan Medan Timur). *Jurnal Pembangunan Perkotaan* 2021;9:47–52.
- [28] Novitasari R, Askandar NS, Mahsuni AW. Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Niat Memanfaatkan Insentif Pajak pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi* 2021;31:2936–48. <https://doi.org/10.24843/EJA.2021.v31.i11.p20>.
- [29] Setiawan T, Prabowo R. Analisis Persepsi Wajib Pajak Pelaku UMKM Terhadap Penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018.

- International Journal of Social Science and Business 2019;3:463–72.
- [30] Siagian AO, Indra N. Pengetahuan Akuntansi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Laporan Keuangan. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 2019;4:17–35. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v4i12.825>.
- [31] Imaniati ZZ, Isroah. Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Tentang Penerapan PP No. 46 Tahun 2013, Pemahaman Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Yogyakarta. *Jurnal Nominal* 2016;5:123–35. <https://doi.org/10.21831/nominal.v5i2.11730>.
- [32] DDTC News. 3 Alasan Kenapa Insentif Pajak UMKM Kurang Laku. DDTC News 2020. <https://news.ddtc.co.id/> (accessed June 13, 2022).
- [33] Noviari N, Damayanthi IGAE. Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Niat Memanfaatkan Insentif Pajak pada Masa Pandemi COVID-19. *E-Jurnal Akuntansi* 2021;31:2936–48. <https://doi.org/10.24843/EJA.2021.v31.i11.p20>.
- [34] Kemenkeu. Menkeu: Realisasi Insentif PPh Final UMKM DTP Tahun 2021 Sebesar Rp800 Miliar. Kementerian Keuangan Republik Indonesia 2022. <https://www.kemenkeu.go.id> (accessed June 13, 2022).
- [35] Saputro R, Meivira F. Pengaruh Tingkat Pendidikan Pemilik, Praktik Akuntansi, dan Persepsi atas Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak UMKM. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi* 2020;8:1059–68. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.31308>.
- [36] Dewi S, Widyasari, Natherwin. Pengaruh Insentif Pajak, Tarif Pajak, Sanksi Pajak dan Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Selama Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen* 2020;9:108–24. <https://doi.org/10.36080/jem.v9i2.1248>.
- [37] Hernat OP. Insentif Perpajakan di Indonesia Selama Pandemi Covid-19. *MABIS* 2021;12:109–17.
- [38] Mubyarsah LR. Selama 2020-2021, Terdapat 40 Ribu UMKM Baru. *Jawa Pos* 2021. <https://www.jawapos.com/> (accessed September 14, 2023).
- [39] Bayu DJ. Daya Tahan Industri Makanan dan Minuman di Masa Pandemi Covid-19. *Kata Data* 2021. <https://katadata.co.id/> (accessed September 14, 2023).
- [40] Dana KBRA. Pengaruh Latar Belakang Pendidikan, Lama Usaha, Dan Pemahaman Pengusaha Umkm Di Kota Bali Terhadap Tingkat Kepatuhan Pemenuhan Kewajiban Perpajakan. *Jurnal Locus Delicti* 2021;2:82–9.
- [41] Rachmawati A, Aprilina V. Pengaruh Latar Belakang Pendidikan, Usia, Peredaran Usaha, Lama Usaha, dan Pemahaman Pengusaha UMKM Terhadap Tingkat Kepatuhan Pemenuhan Kewajiban Perpajakan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi* 2017;8:132–5.
- [42] Mustapa A, Machmud R, Radji DL. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Jiksau Food. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 2022;5:264–70.
- [43] Fuad MN. Pemanfaatan Insentif PPh Final UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Manokwari. Undergraduate Thesis. Universitas Kristen Satya Wacana, 2022.

Halaman ini sengaja dikosongkan