

## **PERSEPSI PELAKU USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) TERHADAP INSENTIF PERPAJAKAN SELAMA PANDEMI COVID-19**

**Leonardo Zulkarnain<sup>1</sup>**  
**Zulfa Devina Rahman<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Al-Azhar Indonesia

<sup>1</sup>leonardo.zulkarnain@uai.ac.id

### **Abstract**

*The background of this research is related to tax incentives offered by the Indonesian tax authority especially during Covid-19 pandemic. According to The Central Bank of Indonesia, the small and middle-sized enterprises (SMEs) were among the hardest hit during the pandemic. This research aims at exploring the perceptions of SMEs, mainly in the South of Jakarta, towards tax incentives and investigating whether such incentives were optimized by SMEs and able to help alleviate their tax burden. This study used Responsive Regulation Theory to discern whether tax incentive policy benefitted SMEs and was introduced in accordance with the need of SME taxpayers. This research used qualitative approach by using semi-structured interviews to collect data from SMEs. There were thirteen SMEs participating in this research with the majority registered in the tax system. Results indicate that around sixty percent of participants did not have information in relation to tax incentives. Meanwhile, all participants stated that tax incentives, including tax cut and tax amnesty, are highly important for them. Apparently, a lack of information prevented these taxpayers from utilizing such incentives. Therefore, future tax information may need to be disseminated more comprehensively to reach a wide array of taxpayers, especially SMEs.*

**Keywords:** Compliance, Incentive, SMEs, Tax

### **I. PENDAHULUAN**

Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan mesin penggerak pertumbuhan ekonomi di suatu negara (Singh *et al.*, 2008). Studi dari China menyatakan bahwa pandemi Covid-19 mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap ekonomi China terutama sektor UMKM (Lu *et al.*, 2020). Penelitian ini menyebutkan bahwa penurunan permintaan pasar, gangguan rantai suplai, pengurangan volume pekerjaan bahkan penghentian aktifitas ekonomi (*shutdown*) sehingga menyebabkan sektor UMKM mengalami krisis arus kas dimana mereka harus membayar berbagai macam biaya tetap (misalnya sewa) di tengah penurunan

pendapatan. Sehubungan dengan hal tersebut, penelitian ini menyarankan bagi negara-negara terdampak agar memberikan stimulus kepada para pelaku UMKM.

Dalam beberapa tahun terakhir, sebelum dimulainya pandemi maupun pada saat pandemi Covid-19, pemerintah telah menerbitkan beragam insentif perpajakan. Salah satu insentif sebelum pandemi yang mendapatkan perhatian dari khalayak yaitu program pengampunan pajak atau *tax amnesty* yang diatur dalam Undang-Undang No. 11 tahun 2016. Kemudian pada saat pandemi dimulai, pemerintah menerbitkan aturan berupa pengurangan angsuran PPh Pasal 25 melalui Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 23 tahun 2020. Selanjutnya yaitu penurunan tarif pajak penghasilan untuk badan usaha, dari 25% menjadi 22% yang diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 30 tahun 2020.

Pada tanggal 7 Oktober 2021, pemerintah Indonesia menggulirkan Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) No. 7 Tahun 2021 dengan tujuan untuk memberikan sumbangsih dalam percepatan pembangunan dan pemulihan ekonomi nasional. Diantara poin-poin penting dalam UU tersebut yaitu Pasal 5 yang mengatur mengenai program pengungkapan sukarela, dimana sebelumnya pada tahun 2016 telah dijalankan program serupa dengan nama pengampunan pajak atau *tax amnesty*. Program pengungkapan sukarela ini bertujuan untuk mengakomodir wajib pajak yang belum ikut serta pada program sebelumnya.

Sehubungan dengan insentif pajak tersebut, diperlukan penelitian untuk mengetahui lebih lanjut apakah insentif yang diberikan tersebut sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha UMKM. Penelitian lain memberikan hasil yang beragam. Sebagai contoh, Twesige dan Gasheja (2019) menyatakan bahwa insentif perpajakan memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan sektor UMKM. Sedangkan Bergner *et al* (2017) menyimpulkan bahwa kebijakan insentif perpajakan yang mereka teliti tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pelaku UMKM. Sementara itu, kepatuhan wajib pajak UMKM dalam pemenuhan kewajiban perpajakan mereka masih cukup rendah dan diperlukan regulasi yang membantu pelaku UMKM untuk dapat bersaing dan bertumbuh (Atawodi & Ojeka, 2012). Studi dari Malaysia menyebutkan bahwa diperlukan regulasi berupa program yang bersifat persuasif untuk meningkatkan kesadaran pelaku UMKM (Sanusi *et al.*, 2012). Adapun penelitian serupa yang dilakukan di Indonesia masih sangat terbatas, oleh karena itu penelitian ini berupaya untuk menjembatani kesenjangan informasi terkait

dengan interaksi antara pemerintah sebagai pembuat kebijakan dengan pelaku UMKM sebagai pihak pengguna kebijakan.

## II. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Batasan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada penelitian ini mengacu kepada Peraturan Pemerintah (PP) No. 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu. Pasal 2 ayat 1, PP No. 23 tahun 2018, menetapkan batasan untuk UMKM yaitu wajib pajak yang memiliki peredaran bruto dalam setahun tidak melebihi Rp. 4,8 milyar rupiah.

Penelitian oleh Twesige dan Gasheja (2019) menyatakan bahwa sekitar 78% lebih pelaku UMKM mengetahui insentif perpajakan yang tersedia dan terdapat hubungan positif antara pertumbuhan sektor UMKM dengan insentif perpajakan. Sementara itu penelitian terhadap 28 negara anggota Uni Eropa oleh Bergner *et al* (2017) menyebutkan bahwa kebijakan insentif perpajakan di negara-negara tersebut tidak menciptakan lapangan kerja dan inovasi yang signifikan terhadap pelaku UMKM. Selain itu, mereka menyimpulkan bahwa sektor UMKM menanggung biaya kepatuhan perpajakan yang cukup besar sehingga diperlukan penyederhanaan sistem perpajakan agar dengan mudah dapat dipahami oleh pelaku UMKM maupun perusahaan besar.

Hal yang serupa juga diungkapkan oleh penelitian dari Nigeria yang menyebutkan bahwa kepatuhan wajib pajak UMKM dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya masih cukup rendah (Atawodi & Ojeka, 2012). Penelitian ini menyatakan bahwa kerumitan dalam pelaporan perpajakan merupakan faktor penting yang membuat pelaku UMKM kesulitan dalam melaporkan kewajiban perpajakan mereka. Selain itu, penelitian ini menyebutkan bahwa rendahnya edukasi perpajakan juga memberikan kontribusi terhadap kesulitan pelaku UMKM untuk memahami aturan perpajakan. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa diperlukan regulasi perpajakan yang membantu pelaku UMKM untuk dapat bersaing dan bertumbuh.

Adapun studi dari Malaysia menemukan bahwa sangat sedikit pelaku UMKM yang berhasil memanfaatkan insentif perpajakan, diantaranya yaitu karena tingkat keuntungan pelaku UMKM cenderung tidak stabil (Hamid, 2015). Penelitian lainnya dari Malaysia, menyebutkan bahwa diperlukan regulasi berupa program yang

bersifat persuasif untuk meningkatkan kesadaran pelaku UMKM (Sanusi *et al.*, 2012).

Teori yang menjadi dasar penelitian ini yaitu teori kebijakan responsif (*responsive regulation*) yang dikembangkan oleh Ayres & Braithwaite (1992). Teori ini mengatur hubungan antara pembuat kebijakan dan pengguna kebijakan serta menjelaskan mengapa pengguna kebijakan tidak atau kurang patuh terhadap kebijakan yang dibuat. Berdasarkan teori ini, pembuat kebijakan harus bersikap dinamis dan menyesuaikan dengan kebutuhan dari pengguna kebijakan. Sehubungan dengan hal tersebut, pembuat kebijakan harus memahami situasi yang dialami oleh para pengguna kebijakan terlebih dahulu agar dapat menyusun kebijakan yang dibutuhkan oleh para pengguna sehingga mereka dapat mematuhi kebijakan yang dibuat. Sehubungan dengan literatur di atas, penelitian ini berupaya untuk menjawab pertanyaan, bagaimana pemanfaatan insentif perpajakan oleh para pelaku UMKM selama pandemi Covid 19.

### III. METODE PENELITIAN

Jenis data pada penelitian ini adalah data primer dimana data dikumpulkan secara langsung dari sumbernya. Dalam rangka mengumpulkan data primer tersebut, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur dan dilakukan secara tatap muka, atau melalui aplikasi virtual. Selain itu, responden dapat menyampaikan jawaban secara tertulis. Hal ini menyesuaikan dengan situasi pandemi yang masih berlangsung pada saat dilakukannya wawancara. Metode ini memungkinkan untuk dilakukannya eksplorasi informasi lebih mendalam dari responden. Sebelum dimulainya wawancara, responden diberikan surat persetujuan dan diminta untuk menandatangani sebagai bentuk persetujuan. Selama wawancara, catatan dipersiapkan untuk merekam informasi yang diberikan oleh responden. Masing-masing dari responden memberikan jawaban sebanyak satu kali.

Responden dalam penelitian ini yaitu wajib pajak yang termasuk kategori Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang melakukan aktivitas di area Jakarta Selatan. Kategori wajib pajak yang diwawancara dapat berupa badan usaha maupun perseorangan. Pemilihan responden dilakukan secara *purposive* dan kesediaan responden untuk berpartisipasi dalam wawancara tanpa paksaan dari pihak manapun merupakan prioritas dalam penelitian ini. Proses komunikasi dengan responden dimulai dengan menghubungi jejaring pelaku usaha UMKM untuk

mengidentifikasi responden yang bersedia untuk diwawancarai. Sebagian dari responden memberikan rekomendasi kepada pelaku usaha lainnya yang bersedia untuk diwawancarai. Penentuan waktu dan lokasi wawancara diserahkan kepada responden. Wawancara dijadwalkan untuk berlangsung paling lama satu jam, dimulai dari perkenalan, penjelasan tujuan dari penelitian, serta jaminan kerahasiaan identitas dari responden. Tujuannya agar responden dapat mengetahui perlakuan terhadap informasi yang mereka berikan. Selain itu, wawancara dapat menjadi saluran bagi responden dalam menyampaikan masukan atau aspirasi mereka terkait dengan insentif maupun administrasi perpajakan.

Setelah wawancara dilakukan, data atau informasi yang diberikan responden diorganisir berdasarkan kategori (misalnya wajib pajak individual, badan usaha, dan sebagainya). Setelah itu diberikan kode untuk memudahkan mengenali kategorisasi data. Selanjutnya, dilakukan perbandingan informasi antar responden untuk menemukan kesesuaian atau saturasi. Jika mayoritas responden memberikan informasi yang hampir sama untuk pertanyaan yang sama, maka dapat diidentifikasi kesesuaian tema (Creswell, 2003). Pada tahapan akhir, literatur dan teori digunakan sebagai acuan dalam mengemukakan hasil temuan dari penelitian ini.

#### **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **4.1. Profil Responden**

Responden dalam penelitian ini terdiri dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) perseorangan dan UMKM Badan yang mayoritas berada di wilayah Jakarta Selatan. Pemilihan responden dilakukan berdasarkan *convenience sampling* yaitu responden yang dapat diakses dan bersedia menyampaikan informasi pada penelitian ini. Berdasarkan kegiatan pengumpulan data, terdapat sejumlah pelaku UMKM yang menolak untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan berbagai sebab, di antaranya yaitu tidak mempunyai pemahaman sama sekali tentang perpajakan sehingga tidak mengerti dengan pertanyaan yang diajukan. Pada saat pengumpulan data, wajib pajak diberikan lembar yang menyatakan kesediaan untuk ikut serta dalam penelitian ini serta diberikan informasi terkait dengan pertanyaan yang diajukan. Adapun rincian keseluruhan responden adalah sebagai berikut:

- a. Tiga belas UMKM dengan bentuk perseorangan.

b. Satu UMKM dengan bentuk badan.

Dari jumlah responden tersebut di atas terdapat satu responden UMKM perseorangan yang tidak diperhitungkan karena kesulitan untuk memahami pertanyaan yang diajukan sehingga jawaban yang diberikan tidak sesuai dengan maksud penelitian ini. Dengan demikian, jumlah responden menjadi tiga belas dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Demografi Responden UMKM**

No	UMKM	Bentuk Usaha	Bidang Usaha	Lama Usaha	NPWP/Non NPWP
1	X1	Perseorangan	Perdagangan	6 bulan s.d 1 tahun	NPWP
2	X2	Perseorangan	Perdagangan	1 tahun s.d 2 tahun	NPWP
3	X3	Perseorangan	Home industry	3 tahun s.d 5 tahun	NPWP
4	X4	Perseorangan	Jasa	lebih dari 5 tahun	NPWP
5	X5	Badan	Jasa	3 tahun s.d 5 tahun	NPWP
6	X6	Perseorangan	Home industry	6 bulan s.d 1 tahun	NPWP
7	X7	Perseorangan	Perdagangan	3 tahun s.d 5 tahun	NPWP
8	X8	Perseorangan	Home industry	3 tahun s.d 5 tahun	Non NPWP
9	X9	Perseorangan	Home industry	lebih dari 5 tahun	NPWP
10	X10	Perseorangan	Perdagangan	1 tahun s.d 2 tahun	NPWP
11	X11	Perseorangan	Perdagangan	6 bulan s.d 1 tahun	NPWP
12	X12	Perseorangan	Perdagangan	1 tahun s.d 2 tahun	NPWP
13	X13	Perseorangan	Perdagangan	lebih dari 5 tahun	NPWP

Seluruh responden UMKM tersebut di atas menyatakan kesediaannya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Adapun identitas responden dirahaskan sehingga ditampilkan dalam bentuk kode X1 sampai dengan X13. Dari jumlah responden tersebut terdapat satu responden UMKM perseorangan yang tidak memiliki NPWP dengan status sebagai ibu rumah tangga. Adapun rentang waktu kegiatan usaha yang dijalani oleh para responden bervariasi dimana sekitar enam

responden menjalani usaha kurang dari tiga tahun sedangkan tujuh responden lainnya sudah menjalani usaha lebih dari tiga tahun.

#### **4.2. Tingkat Pengetahuan Responden terhadap Program Insentif Pajak**

Berdasarkan hasil yang disampaikan oleh para responden diketahui bahwa hanya lima responden atau 38% yang mengetahui adanya program insentif pajak yang diberikan oleh pemerintah, namun sebanyak delapan responden atau 62% menjawab belum atau tidak mengetahui mengenai adanya program insentif pajak. Dari delapan responden yang menjawab tidak mengetahui mengenai adanya program insentif pajak, empat responden atau 50% diantaranya bahkan sudah menjalankan usahanya lebih dari 3 tahun. Berikut ringkasan jawaban lima responden yaitu responden X1, X2, X3, X4, XI yang menjawab mengetahui adanya insentif pajak:

“...Tau, insentif PPh Final UMKM ditanggung Pemerintah. (X1)”

“...Tau sedikit mengenai pengurangan atas sumbangan Covid 10. (X2)”

“...Ya. (X3)”

“...Tahu. (X4)”

“...Iya, tidak dikenakan pajak yang penghasilannya tidak melebihi 500 juta. (X9)

Lebih lanjut, kepada para responden ditanyakan mengenai apakah sosialisasi atau informasi perpajakan yang diberikan selama ini cukup memadai. Sebanyak enam responden atau 46% menjawab bahwa sosialisasi yang diberikan cukup memadai. Sedangkan tujuh orang sisanya atau 54% menyatakan bahwa sosialisasi tidak cukup memadai. Hal tersebut dapat menjadi indikasi bahwa sosialisasi terkait insentif pajak masih belum efektif untuk menjangkau para pelaku UMKM. Di sisi lain, akses pelaku UMKM terhadap informasi perpajakan masih sangat terbatas yang disebabkan oleh ketersediaan sumber daya manusia dan teknologi informasi. Minimnya edukasi dan sosialisasi yang diterima oleh pelaku UMKM dapat menyebabkan rendahnya pemanfaatan fasilitas perpajakan oleh para pelaku UMKM tersebut.

#### **4.3. Pengaruh Program Insentif Pajak terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah**

Data yang diperoleh dari hasil wawancara terstruktur terhadap responden menunjukkan bahwa terkait dengan tidak dikenakannya pajak penghasilan terhadap pengusaha perorangan yang mempunyai penjualan di bawah lima ratus juta rupiah, seluruh responden sepakat menyatakan bahwa insentif pajak tersebut

sangat membantu pengusaha UMKM. Walaupun demikian, terdapat lima responden atau 38% yang tidak memanfaatkan fasilitas tersebut diantaranya yaitu pelaku UMKM yang baru terdaftar, pelaku UMKM yang belum mengerti bagaimana membayar dan melaporkan pajak serta pelaku UMKM yang masih bersikap skeptis terhadap penawaran fasilitas perpajakan tersebut.

Informasi lainnya yaitu informasi yang disampaikan responden mengenai penurunan tarif pajak penghasilan dari 25% menjadi 22% bagi wajib pajak badan usaha. Para responden seluruhnya sepakat hal bahwa tersebut sangat bermanfaat bagi para pelaku UMKM yang mempunyai badan usaha. Walaupun demikian, mayoritas responden dalam penelitian ini berupa usaha perorangan sehingga fasilitas tersebut tidak terkait langsung dengan kewajiban perpajakan yang mereka jalankan.

Terkait dengan pemanfaatan program pengampunan pajak atau *tax amnesty* jilid dua yang dimulai sejak 1 Januari s.d. 30 Juni 2022, sebanyak sembilan atau 69% responden menyatakan tidak mengetahui penawaran program tersebut dimana seharusnya program *tax amnesty* dapat dimanfaatkan oleh semua wajib pajak. Walaupun sebagian responden mengetahui namun tidak terdapat responden yang berpartisipasi dalam program pengampunan pajak tersebut. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan Kamrussamad (2022) bahwa sosialisasi program *tax amnesty* belum masif sehingga banyak wajib pajak yang belum mengetahui dan memahami terkait partisipasi pada program tersebut.

#### **4.4. Penelaahan Data Berdasarkan Artikel Sebelumnya dan Teori *Responsive Regulation***

Menurut Kartika dan Iswardi (2022), terdapat beberapa alasan mengapa pembayar pajak UMKM belum optimal dalam memanfaatkan insentif pajak yang diberikan oleh pemerintah. Pertama, UMKM mengalami kendala dalam bidang administratif misalnya terkait dengan pencatatan dan pembukuan transaksi yang mereka lakukan. Kedua, rata-rata pelaku UMKM tidak memiliki latar belakang ilmu keuangan dan Akuntansi sehingga menyulitkan untuk memahami aturan perpajakan dengan baik. Ketiga, kepercayaan terhadap aparat pajak masih rendah sehingga mempengaruhi kesungguhan dari pelaku UMKM untuk menjalankan kewajiban perpajakannya.

Berdasarkan data yang diperoleh, hampir semua responden memiliki NPWP namun pelaksanaan dari kewajiban perpajakan mereka masih memerlukan edukasi dan afirmasi dari otoritas pajak. Hal ini sejalan dengan penelitian Atawodi & Ojeka

(2012) yang menyatakan bahwa rendahnya edukasi perpajakan dapat menyebabkan pelaku UMKM kesulitan untuk memahami aturan perpajakan. Terkait dengan kendala di bidang administratif sebagaimana yang dijelaskan oleh Kartika dan Iswardi (2022), pada penelitian ini terdapat tiga wajib pajak perorangan yang baru terdaftar dan memulai usaha kurang dari satu tahun sehingga masih memerlukan lebih banyak informasi terkait dengan pelaporan SPT Tahunan. Salah satu kendala yang ditemukan pada usaha perseorangan yaitu tugas terkait dengan administrasi keuangan dan aktifitas usaha dijalankan oleh orang yang sama sehingga fokus terhadap administrasi menjadi tidak optimal.

Merujuk kepada teori *Responsive Regulation* yang menekankan pentingnya pemahaman terhadap kondisi wajib pajak maka pihak otoritas perpajakan semestinya dapat memprioritaskan para pelaku UMKM untuk memanfaatkan fasilitas atau insentif perpajakan dimana mereka termasuk pihak yang paling memerlukan insentif perpajakan tersebut. Berdasarkan survey Bank Indonesia (2022), UMKM merupakan sektor yang paling terdampak akibat pandemi dengan persentase sebesar 87,5% dari jumlah pelaku UMKM. Sejumlah kebijakan terkait dengan pembatasan tempat usaha memberikan pengaruh terhadap penurunan penjualan sektor UMKM. Pemberian insentif kepada para pelaku UMKM dapat membantu mereka untuk bertahan selama pandemi dan memulihkan usahanya pasca pandemi. Akan tetapi, kurangnya informasi yang diperoleh pelaku UMKM terkait insentif tersebut membuat pemanfaatan insentif perpajakan oleh mereka menjadi sangat terbatas dan tidak optimal.

Penelitian lain menyatakan bahwa minimnya komunikasi dan saling pengertian antara wajib pajak dan otoritas pajak dapat menurunkan kepatuhan wajib pajak (Hartner *et al.*, 2008; Hofmann *et al.*, 2008). Lebih jauh lagi, perilaku ketidakpatuhan wajib pajak juga dapat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap keadilan, ketika wajib pajak merasa diperlakukan tidak adil mereka dapat merasionalisasi tindakan penghindaran pajak (Helhel & Ahmed, 2014). Hal ini sebetulnya harus dihindari agar otoritas pajak dapat memfokuskan sumber dayanya terhadap wajib pajak yang memang tidak patuh dan sengaja melakukan penghindaran pajak. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan persuasif dan informatif kepada wajib pajak UMKM agar dapat meningkatkan kesadaran mereka dalam menjalankan kewajiban perpajakannya.

## **V. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

Hasil penelitian menunjukkan masih minimnya informasi yang diperoleh oleh wajib pajak terkait dengan program insentif perpajakan. Hal tersebut dapat terlihat dimana sebanyak 62% dari responden wajib pajak Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) tidak mengetahui informasi terkait dengan berbagai insentif perpajakan yang ditawarkan pemerintah selama pandemi Covid-19. Berdasarkan informasi yang diberikan, seluruh responden menyatakan bahwa mereka memerlukan insentif perpajakan namun kurangnya informasi serta minimnya pemahaman menyebabkan pelaku UMKM tidak memanfaatkan fasilitas yang diberikan. Sebagai contoh, tidak responden yang mengikuti program pengampunan pajak jilid dua yang ditawarkan selama Januari sampai dengan Juli 2022. Mengingat para pelaku UMKM termasuk pihak yang paling terdampak selama pandemi, maka semestinya mendapat prioritas utama dalam pemberian insentif perpajakan tersebut agar dapat bertahan dan memulihkan usahanya pasca pandemi.

Diperlukan adanya komunikasi yang efektif antara para pelaku UMKM dan otoritas perpajakan agar pemberian insentif perpajakan yang ditawarkan dapat dipahami sehingga bermanfaat bagi UMKM. Dibandingkan dengan wajib pajak non-UMKM yang menggunakan jasa akuntan dan konsultan pajak untuk membantu pelaksanaan kewajiban perpajakannya, wajib pajak UMKM memiliki sumber daya dan pengetahuan yang lebih terbatas sehingga memerlukan perhatian khusus dari otoritas perpajakan. Dengan luasnya akses terhadap informasi mengenai aturan dan program (insentif) perpajakan, diharapkan kepatuhan wajib pajak UMKM dapat meningkat.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, Wajib pajak UMKM sebaiknya melakukan inisiasi dengan membuat komunitas terkait dengan informasi keuangan termasuk perpajakan agar memperlakukan informasi tersebut sebagai kepentingan bersama dalam rangka menjalankan kewajiban perpajakannya. Ketersediaan sejumlah aplikasi virtual yang marak selama pandemi dapat digunakan oleh wajib pajak UMKM untuk mengatasi kendala komunikasi sehubungan dengan keterbatasan jarak dan waktu. Di sisi lain, pihak otoritas pajak diharapkan untuk melakukan pemberdayaan komunitas Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) dalam rangka pemberian diseminasi secara efektif terkait dengan informasi perpajakan termasuk mengenai insentif perpajakan. Diharapkan dengan adanya komunikasi secara efektif antara wajib pajak UMKM dan otoritas pajak dapat meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak UMKM yang pada akhirnya dapat berkontribusi untuk peningkatan penerimaan pajak.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dimana pengumpulan data dan informasi dilakukan dalam situasi pandemi sehingga menyulitkan untuk dilakukannya wawancara tatap muka. Dengan berakhirnya pembatasan pandemi pada 31 Desember 2022, penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan mengoptimalkan wawancara tatap muka dan mengakses lebih banyak responden sehingga dapat menyajikan informasi yang lebih komprehensif.

### DAFTAR PUSTAKA

- Atawodi, O. W., & Ojeka, S. (2012). Factors that affect tax compliance among small and medium enterprises (SMEs) in North Central Nigeria. *International journal of business and management*, 7(12).
- Ayres, I., & Braithwaite, J. (1992). *Responsive Regulation: Transcending the Deregulation Debate*: New York: Oxford University Press
- Bergner, S., Bräutigam, R., Evers, M., & Spengel, C. (2017). The use of SME tax incentives in the European Union. *ZEW-Centre for European Economic Research Discussion Paper*, (17-006).
- BI (2002). Tak Hanya Keren, Pakai Produk UMKM Juga Dapat Membantu Perekonomian. *Bank Indonesia*. Retrieved from <https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/cerita-bi/Pages/Tak-Hanya-Keren,-Pakai-Produk-UMKM-juga-Dapat-Membantu-Perekonomian.aspx>
- Creswell, J. W. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*: Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hamid, N. A. (2015). *Tax incentives and Malaysian SMES performance: A mixed method approach* (Doctoral dissertation, Universiti Teknologi MARA).
- Hartner, M., Rechberger, S., Kirchler, E., & Schabmann, A. (2008). Procedural fairness and tax compliance. *Economic analysis and policy*, 38(1), 137.
- Helhel, Y., & Ahmed, Y. (2014). Factors affecting tax attitudes and tax compliance: a survey study in Yemen. *European Journal of Business and Management*, 6(22), 48-58.
- Hofmann, E., Hoelzl, E., & Kirchler, E. (2008). Preconditions of voluntary tax compliance: Knowledge and evaluation of taxation, norms, fairness, and motivation to cooperate. *Zeitschrift für Psychologie/Journal of Psychology*, 216(4), 209.
- Kamrussamad (2022). Berakhir 30 Juni 2022, Sosialisasi Program 'Tax Amnesty' Jilid II Dinilai Belum Masif. *Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia*. Retrieved from <https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/39118/t/Berakhir+30+Juni+2022%2C+Sosialisasi+Program+%E2%80%98Tax+Amnesty%E2%80%99+Jilid+II+Dinilai+Belum+Masif>
- Kartika, R., and Iswardi. 2022. "Efektifitas Dan Pemanfaatan Insentif Pajak Pada UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19". *Jurnal Bisnis Terapan* 6 (1), 1 - 10. <https://doi.org/10.24123/jbt.v6i1.4722>.
- Lu, Y., Wu, J., Peng, J., & Lu, L. (2020). The perceived impact of the Covid-19 epidemic: evidence from a sample of 4807 SMEs in Sichuan Province, China. *Environmental Hazards*, 19(4), 323-340.

- Pemerintah RI. (2020). *Peraturan Menteri Keuangan No. 23*. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Pemerintah RI. (2018). *Peraturan Pemerintah No. 23*. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Pemerintah RI. (2021). *UU Harmonisasi Peraturan Perpajakan No. 7*. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Pemerintah RI. (2016). *UU Pengampunan Pajak (Tax Amnesty) No. 11*. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Sanusi, S., Omar, N., Mohd Sanusi, Z., & Muslichah, I. (2012). The application of the responsive regulation theory on indirect tax compliance among small and medium enterprises in Malaysia. *Management & Accounting Review (MAR)*, 20(2), 137-160.
- Singh, R. K., Garg, S. K., & Deshmukh, S. G. (2008). Strategy development by SMEs for competitiveness: a review. *Benchmarking: An international journal*.
- Twesige, D., & Gasheja, F. (2019). Effect of tax incentives on the growth of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Rwanda: A case study of SMEs in Nyarugenge district. *Journal of Accounting and Taxation*, 11(5), 89-98.