

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Seperti yang kita tahu, bahwa pajak yakni satu dari sekian penerimaan negara yang mempunyai kontribusi yang sangat besar terhadap pendapatan negara Indonesia. Penerimaan negara tersebut didapat melalui beberapa sumber, salah satunya yaitu UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). UMKM adalah sebuah bisnis yang dibangun dan dijalankan oleh perorangan atau sekelompok masyarakat yang mempunyai peranan penting pembangunan perekonomian di Indonesia (Nurizzaman et al., 2020). Oleh karena itu, atas keuntungan didapat, pemerintah perlu untuk memotong pajak atas pendapatan tersebut, di mana pajak yang berlaku di Indonesia mempunyai pengaruh yang besar terhadap kegiatan bisnis di Indonesia.

Hal yang berkaitan dengan kegiatan UMKM, bidang perpajakan mempunyai kebijakan tersendiri, seperti yang tertera dalam Peraturan Pemerintah No. 23 tahun 2018 yang menyebutkan bahwa pengenaan tarif untuk Wajib Pajak UMKM, yaitu sebesar 0,5% dengan penghasilan bruto kurang dari Rp 4,8 miliar dalam jangka waktu satu tahun, di mana kebijakan tersebut mempunyai pengaruh yang besar bagi para pelaku UMKM terhadap kepatuhan mereka dalam membayar pajak. Sesuai dengan data BPS (Badan Pusat Statistik) jumlah UMKM di Indonesia mencapai hingga 64 juta per September 2020 (Liputan 6, 2020), dengan titik sebaran UMKM terbesar di Indonesia, yaitu Provinsi Jawa Barat kurang lebih sebanyak lebih dari 1 juta pelaku UMKM khususnya pada sektor perdagangan, seperti yang dikutip pada laman *money.kompas.com*.

Namun, seperti yang kita lihat dan pahami bahwa saat ini negara sedang dilanda pandemi virus yang sangat mematikan, di mana virus ini sangat berdampak kepada sektor ekonomi, di mana stabilitas ekonomi di

beberapa negara mengalami penurunan yang sangat drastis termasuk negara Indonesia. Hal-hal yang berkaitan dengan UMKM itu sendiri, adanya virus *covid-19* ini tidak jarang kegiatan UMKM yang telah berdiri selama beberapa tahun terkena dampak pandemi tersebut sehingga mengharuskan mereka mencari alternatif usaha lain atau bahkan menutup kegiatan UMKM itu sendiri dikarenakan terdapat kerugian yang ditanggung mereka. Bank Indonesia menuturkan bahwa sebanyak 87,5% UMKM terdampak atas pandemi ini, di mana 93,2% terkena dampak negatif atas sisi penjualan (*bisnis.com*,2021). Di samping itu, tentunya pemerintah di saat kondisi seperti ini juga membutuhkan pemasukan atau penerimaan untuk memulihkan stabilitas ekonomi Indonesia.

Untuk mencari solusi atas hal tersebut yang berkaitan dengan kegiatan UMKM dan juga penerimaan negara berupa pajak, pemerintah menerbitkan peraturan yang berisi tentang kebijakan pemberian insentif pajak bagi para pelaku UMKM. Pemberian insentif ini tidak diberikan untuk pelaku UMKM saja, namun juga untuk pegawai dengan penghasilan bruto tidak lebih dari Rp 200 juta per setahun, sektor padat karya tertentu, sektor kegiatan impor, angsuran PPh Pasal 25 sebesar 50%, dan pengembalian pendahuluan PPN.

Sejauh ini pemerintah telah menerbitkan lima peraturan kebijakan terkait dengan pemberian insentif pajak (Sari et al., 2020), yang pertama, yaitu PMK-23/PMK.03/2020 yang berisi terkait hal insentif pajak untuk Wajib Pajak yang terkena dampak wabah virus *corona*, kemudian diperbarui oleh pemerintah dengan mengeluarkan PMK-44/PMK.03/2020 tentang hal insentif pajak untuk Wajib Pajak terdampak pandemi *corona virus disease*, setelah itu diperbarui lagi dengan mengeluarkan PMK-86/PMK.03/2020, selanjutnya adalah PMK-110/PMK.03/2020, dan yang paling terbaru, yaitu PMK-9/PMK.03/2021, di mana atas perubahan-perubahan PMK yang terjadi di dalamnya terdapat beberapa perluasan yang cukup signifikan dari sebelumnya.

Perbaruan peraturan insentif pajak untuk tahun 2021 ini pemerintah memperpanjang pemberian insentif PPh final UMKM tersebut hingga 30

Juni 2021, yang nantinya tarif pajak 0,5% menjadi tanggungan pemerintah dengan adanya ketentuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Ketentuan yang dimaksudkan, yaitu Wajib Pajak Orang Pribadi (OP) atau Wajib Pajak badan berbentuk Perseroan Terbatas (PT), Persekutuan Komanditer (CV), firma, ataupun koperasi yang memiliki penghasilan kotor tidak lebih dari Rp 4,8 miliar dengan jangka waktu satu tahun berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 23 tahun 2018 atau PPh Final PP 23.

Selain itu, dapat kita lihat dari kaca mata internasional, terdapat pula beberapa negara yang menerapkan kebijakan terkait bidang perpajakan bagi pelaku UMKM, yang pertama yaitu negara Korea Selatan yang menetapkan pengurangan pembayaran pajak penghasilan untuk pelaku UMKM yang khususnya berada di daerah yang paling tinggi terjangkit virus corona, yaitu Gyungso, Chungdo, Daegu, dan Bonghwa, di mana pemerintah Korea Selatan menetapkan pengurangan pembayaran pajak sebesar 60% untuk bisnis kecil dan pengurangan 30% untuk bisnis menengah (rsm global, 2020). Selanjutnya negara Chile yang menetapkan pengurangan tarif pajak untuk UMKM yang dari sebelumnya ditetapkan sebesar 25% menjadi 12,5% untuk tahun fiskal 2020, 2021, dan 2022 (worldbank.org, 2020).

Tercatat pada beberapa kasus berita yang ada di Indonesia bahwa diketahui jika para pelaku UMKM ini tidak mengetahui adanya insentif pajak yang telah diberlakukan. Seperti dikutip pada laman *detikfinance* bahwa hingga per tahun 2020, hanya sebanyak 248.275 pelaku UMKM atau sekitar 62,03% yang baru memanfaatkan insentif Pajak Penghasilan (PPh) 23 yang berlaku, di mana jumlah tersebut sangat kontras dari jumlah total UMKM yang ada di Indonesia, yaitu sebanyak 2,3 juta Wajib Pajak yang terdaftar dan jumlah uang yang anggarkan oleh pemerintah terkait insentif pajak PPh Final, yaitu sebesar Rp 1,08 triliun.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), tercatat bahwa kontribusi UMKM kepada Produk Domestik Bruto (PDB), yaitu sebanyak Rp 8.573,9 triliun atau setara dengan 57,8% dari total jumlah yang mencapai Rp 14.838,3 triliun terhadap PDB Indonesia. Tidak sebatas memberikan kontribusi yang besar terhadap PDB Indonesia saja, kegiatan usaha UMKM

ini dinilai telah mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia dan dilihat sebagai kegiatan usaha yang stabil, terbukti pada krisis yang terjadi di Indonesia pada tahun 1998 silam, UMKM tidak terdampak atas krisis ekonomi tersebut. Maka dari itu, dilihat dari persentase yang ada dan kontribusi besar yang telah diberikan UMKM kepada Indonesia, pemberian insentif ini dimaksudkan untuk menyelamatkan bisnis UMKM dari pandemi *covid-19* yang terjadi. Berdasarkan data yang ada, tercatat bahwa Provinsi Jawa Barat memiliki titik sebaran UMKM terbesar di Indonesia, serta menjadi Provinsi yang mendapatkan penyaluran BLT (Bantuan Langsung Tunai) terbesar hingga mencapai sebanyak 1.147.173 pelaku UMKM (Kompas, 2020). Jika kita melihat lebih mengerucut lagi, sesuai dengan data yang tertera pada laman *umkm.depkop.go.id*, sebaran UMKM terbesar pada Provinsi Jawa Barat salah satunya terletak pada Kota Bekasi, yaitu sebanyak 190.522 unit UMKM, sedangkan Kota Depok sebanyak 154.638 dan Kota Tasikmalaya sebanyak 89.902, yang mana kegiatan bisnis UMKM ini dipercaya akan berpotensi untuk terus memajukan stabilitas perekonomian Indonesia kedepannya.

Terdapat beberapa faktor yang menjadi alasan mengapa kurangnya pemanfaatan insentif pajak bagi para pelaku UMKM, yaitu yang pertama adalah kurangnya sosialisasi dan yang kedua adalah kurangnya pemahaman atas kebijakan intensif pajak yang berlaku. Maka dari itu, pemerintah mulai mengencarkan kegiatan sosialisasi yang diharapkan dapat dibarengi dengan pemahaman oleh Wajib Pajak UMKM terkait kebijakan intensif pajak yang diberlakukan (media indonesia, 2020).

Atas hal tersebut, jika pemerintah terus mengencarkan sosialisasi perpajakan mengenai kebijakan insentif pajak, kemungkinan meningkatnya kepatuhan Wajib Pajak dan pemanfaatan insentif pajak akan semakin besar. Sosialisasi pajak didefinisikan menurut Lestary et al. (2021), yaitu usaha yang dijalankan oleh Dirjen Pajak yang berguna dalam memberikan pengetahuan atau informasi kepada Wajib Pajak yang bertujuan untuk menambah pengetahuan tentang perpajakan dan termotivasi akan pentingnya pajak bagi negara, serta selalu memberikan kontribusi dengan

membayar pajak mereka kepada negara baik oleh aparat pemerintah, maupun non-pemerintah. Sedangkan menurut Adam et al. (2020), sosialisasi perpajakan adalah memberikan wawasan dan binaan untuk Wajib Pajak terkait perpajakan dengan tujuan guna menumbuhkan kepatuhan pembayaran pajak. Sehingga kita simpulkan bahwa sosialisasi pajak merupakan upaya yang dijalankan guna memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai segala hal terkait pajak kepada Wajib Pajak guna meningkatkan kepatuhan dalam membayar pajak.

Di samping itu, dengan pemerintah menggencarkan sosialisasi perpajakan terkait kebijakan insentif pajak, sangat diharapkan dibarengi dengan pemahaman para Wajib Pajak UMKM atas kebijakan tersebut. Terdapat beberapa definisi yang dikemukakan terkait pemahaman pajak, menurut Mudiarti & Mulyani (2020), pemahaman pajak merupakan cara yang dilakukan Wajib Pajak dalam memahami peraturan mengenai perpajakan. Pemahaman pajak yang dituturkan Dewi et al. (2020), yaitu cara Wajib Pajak untuk memahami serta mengetahui terkait prosedur dan peraturan dalam perpajakan yang nantinya akan diterapkan oleh para Wajib Pajak dalam rangka pemenuhan kewajiban pajaknya. Sehingga kita simpulkan bahwa pemahaman pajak yakni proses dan cara Wajib Pajak dalam memaknai dan memahami hal-hal mengenai perpajakan dengan tujuan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya.

Adapun terdapat penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti terdahulu terkait sosialisasi dan pemahaman insentif pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak yang menghasilkan hasil penelitian yang berbeda sehingga timbulnya *gap result* terkait topik tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Mudiarti & Mulyani (2020), Andrew & Sari (2021), Adam et al. (2020), dan Lestary et al. (2021) menyebutkan sosialisasi insentif pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak, disebutkan bahwa semakin digencarkannya sosialisasi insentif pajak kepada Wajib Pajak, akan semakin tinggi pula tingkat kepatuhan dalam membayar pajaknya. Sedangkan penelitian yang dilaksanakan Wardani & Kartikasari (2020) dan Ulfa & Mildawati (2019) menyatakan bahwa sosialisasi insentif

pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak, yang mana dengan diadakan atau tidak diadakannya sosialisasi insentif pajak yang dilakukan pemerintah, tidak mengubah Wajib Pajak untuk patuh membayar pajak.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Saputri & Wahidahwati (2019), Setiyawan et al. (2020), Cahyani & Noviari (2019), dan Lestary et al. (2021), menyebutkan pemahaman insentif pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak, di mana pemahaman yang dipunyai Wajib Pajak akan meningkatkan kepatuhan dalam membayar pajak. Di samping itu, penelitian yang dilaksanakan Ningsih & Rahayu (2016), Handayani et al. (2020), dan Ulfa & Mildawati (2019) menyebutkan pemahaman insentif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak, yang mana seberapa besar pun pemahaman terkait insentif pajak yang dimiliki oleh Wajib Pajak, tidak dapat dikatakan bahwa Wajib Pajak juga patuh membayar pajaknya.

Pada penelitian kali ini terdapat perbaruan dan perkembangan dari penelitian sebelumnya, di mana berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pangesti & Yushita (2019), mereka meneliti mengenai pemahaman PP No. 23 tahun 2018 terhadap kepatuhan pelaku UMKM sektor perdagangan di Kabupaten Klaten, kemudian penelitian ini akan diperbarukan dengan meneliti lebih lanjut terkait pemahaman insentif pajak bagi UMKM yang berlaku pada masa pandemi *covid-19* terhadap kepatuhan Wajib Pajak pemilik UMKM di Kota Bekasi.

Adapun penelitian yang dilaksanakan oleh Wardani & Kartikasari (2020) yang meneliti terkait sosialisasi PP 23 Tahun 2018 terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Yogyakarta, serta penelitian yang dilakukan oleh Mudiarti & Mulyani (2020) terkait sosialisasi dan pemahaman PMK No. 86 tahun 2020 terhadap kemauan menjalankan kewajiban perpajakan pada UMKM OP sektor perdagangan di Kudus. Sehingga berdasarkan penelitian di atas, untuk penelitian ini, peneliti sesuaikan dengan kondisi saat ini, yaitu sosialisasi mengenai insentif pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Atas dua variabel yang

dijelaskan, perbedaan atau perkembangan penelitian yang terlihat sangat jelas dengan penelitian sebelumnya, yaitu penelitian ini disesuaikan dengan adanya fenomena dan kondisi pandemi *covid-19* seperti sekarang sehingga penelitian ini dinilai cukup terbaru. Selain itu, hal yang membedakan pada penelitian ini adalah indikator pengukuran yang digunakan untuk masing-masing variabel dengan menekankan pada kebijakan insentif pajak untuk UMKM khususnya pada masa pandemi *covid-19*.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan *gap research* yang sudah disebutkan di bagian latar belakang, sehingga dapat diidentifikasi dan dirumuskan beberapa perumusan masalah yang dapat dibahas pada penelitian ini, di antaranya :

- a. Apakah Sosialisasi Insentif Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pemilik UMKM di Kota Bekasi pada masa Pandemi *Covid-19*?
- b. Apakah Pemahaman Insentif Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pemilik UMKM di Kota Bekasi pada masa Pandemi *Covid-19*?

I.3 Tujuan Penelitian

Adapun maksud dari penelitian, yakni untuk menganalisis apakah sosialisasi dan pemahaman insentif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak khususnya pada pemilik UMKM di Kota Bekasi pada masa Pandemi *Covid-19* seperti saat ini.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Peneliti memiliki harapan bahwa penelitian ini dapat meninggalkan kegunaan yang bermanfaat bagi penggunanya. Manfaat yang ingin dicapai atas penelitian ini, yaitu :

- a. Aspek Teoritis, di mana penelitian ini dapat memberikan manfaat pengetahuan atas pengimplementasian teori perilaku terencana

terkait pengaruh sosialisasi dan pemahaman insentif pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak pemilik UMKM di Kota Bekasi.

b. Aspek Praktis :

1. Bagi Akademisi

Diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang mendalam bagi peneliti dan dapat menjadi acuan atau pedoman untuk penelitian berikutnya khususnya terkait pengaruh sosialisasi dan pemahaman insentif pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak pemilik UMKM.

2. Bagi Pemilik UMKM

Diharapkan bahwa penelitian ini memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM terkait insentif pajak yang berlaku pada masa pandemi *covid-19* dan dijadikan bahan masukan atau evaluasi terkait kepatuhan Wajib Pajak pemilik UMKM untuk memanfaatkan insentif yang diberikan oleh pemerintah guna kelancaran bisnis yang dijalani oleh mereka.

3. Bagi Direktorat Jendral Pajak Kementerian Keuangan RI Pada Kantor Pelayanan, Penyuluhan, dan Konsultasi Perpajakan

Diharapkan bahwa penelitian ini memberikan masukan dan menjadi bahan evaluasi kedepannya terkait pelaksanaan sosialisasi insentif pajak sehingga meningkatnya pula pemahaman terkait hal tersebut bagi para pemilik UMKM untuk pajak pusat, di mana diharapkan terjadinya peningkatan atas kepatuhan Wajib Pajak dalam memanfaatkan insentif pajak yang diberlakukan.