

**PENGARUH PENERAPAN PP NO 23 TAHUN 2018 TERHADAP
PENINGKATAN KEPATUHAN PEMBAYARAN PAJAK PADA
PELAKU UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH)**

Oleh

**Sumardi Adiman, SE., Ak., M.Si., BKP
Miftha Rizkina, SE., Ak., M.Si., CA**

Dosen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berkembang begitu pesat dari tahun ke tahun telah menimbulkan kewajiban perpajakan bagi pelaku usaha tersebut. Untuk membantu Wajib Pajak UMKM pemerintah pada tahun 2013 telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) nomor 46. Setelah beberapa tahun dilaksanakan kini pemerintah telah mengeluarkan penyempurnaan dari peraturan tersebut yakni dengan mengeluarkan PP No. 23 Tahun 2018. Peraturan ini dikeluarkan untuk memberikan keringanan tarif bagi para pelaku usaha UMKM. Namun PP yang disahkan pada pertengahan tahun 2018 ini dirasakan masih kurang meningkatkan kepatuhan dalam pembayaran pajak pada UMKM. Penelitian ini berfokus pada pemahaman para wajib pajak terkait implementasi aturan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh PP 23 tahun 2018 terkait penurunan tariff pajak untuk UMKM, apakah dengan adanya penurunan tariff ini dapat meningkatkan kepatuhan pelaku UMKM dalam membayar kewajiban perpajakannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, langkah-langkah dalam analisis data kualitatif melalui empat proses, yaitu mengumpulkan data, menyortir data yang tidak diperlukan, menyajikan dan menganalisis data, dan terakhir adalah menyimpulkan data. Hasil dari penelitian ini adalah semua responden menyatakan bersedia membayar pajak dengan tarif baru tersebut. Akan tetapi, responden berharap mendapatkan informasi dan bimbingan lebih detail untuk mengurus kewajiban perpajakan mereka.

Kata Kunci: UMKM, Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018, Kepatuhan Pajak.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah Negara hukum berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang tahun 1945, bertujuan mewujudkan tata kehidupan Negara yang adil dan sejahtera serta menjamin kedudukan hukum yang sama bagi warga masyarakat. Serta itu Indonesia juga merupakan Negara berkembang yang mempunyai berbagai kekayaan sumber daya yang melimpah dan memiliki potensi yang baik. Tetapi Indonesia saat ini belum mampu memaksimalkan sumber daya yang dimiliki untuk kesejahteraan warga masyarakatnya. Banyak aspek-aspek yang membuat Indonesia terpuruk dibanding dengan Negara

lainnya. Aspek yang paling utama adalah aspek ekonomi.

Pajak diharapkan dapat menjadi sumber dana yang dapat menangani masalah permasalahan ekonomi mengingat bahwa pajak merupakan sumber pendapatan terbesar di Indonesia saat ini. Target Pendapatan Negara dalam APBN tahun 2018 ditetapkan sebesar Rp1.822,5 triliun, atau Rp25,6 triliun lebih rendah dari yang diusulkan dalam RAPBN Tahun Anggaran 2018. Target Pendapatan Negara tersebut bersumber dari Penerimaan Perpajakan sebesar Rp1.546,7 triliun dan Penerimaan Negara Bukan Pajak sebesar Rp273,8 triliun (Kemenkeu RI), dari data tersebut dapat dilihat bahwa penerimaan Negara pada sektor pajak lebih besar dibandingkan dari sektor non pajak.

Salah satu cara pemerintah untuk memaksimalkan penerimaan pajak adalah dengan diberlakukannya *self assessment system* menggantikan system sebelumnya yaitu *official assessment system*. *Self assessment system* merupakan sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang, kepercayaan, tanggung jawab kepada wajib pajak untuk menghitung, memperhitungkan, membayar, dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang harus dibayar (Waluyo, 2014:18). Dengan diberlakukannya sistem seperti ini maka dituntut adanya peran aktif dari masyarakat dalam memenuhi kewajiban dalam membayar pajak dan dibutuhkan kepatuhan atau ketaatan oleh wajib pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakan.

Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak dalam hal menyampaikan SPT tahunan ke kantor pelayanan pajak menurut direktorat jenderal pajak menunjukkan bahwa dari 238 juta penduduk Indonesia, sekitar 44 juta orang dianggap layak membayar pajak, tetapi dari jumlah tersebut hanya 8,5 juta orang yang memenuhi kewajibannya untuk membayar pajak. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa tingkat Kepatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya masih rendah.

Ketentuan umum dan tata cara peraturan perpajakan telah diatur dalam undang-undang. Dengan Sanksi Perpajakan ini diharapkan agar memberikan efek jera pada pelanggar pajak. Dengan demikian wajib pajak akan memenuhi kewajiban perpajakannya bila memandang sanksi pajak lebih banyak merugikannya. Semakin banyak tunggakan yang masih harus dibayar maka semakin berat wajib pajak untuk melunasinya.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah mencatat jumlah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia mencapai hampir 60 juta pelaku usaha pada tahun 2017 yang tersebar di seluruh Indonesia. UMKM pun mendominasi struktur usaha yang ada di Indonesia sekitar 99,99%, yang terdiri dari usaha mikro 98,79%, usaha kecil sebesar 1,11%, usaha menengah sebesar 0,09%. Sedangkan Usaha besar hanya berkontribusi dalam struktur usaha di Indonesia sebesar 0,01%. (Wendy Endrianto, 2015)

Besarnya jumlah pelaku UMKM ternyata belum sebanding dengan penerimaan pajak dari UMKM. Usaha menengah dan besar masih menjadi penyumbang pajak terbesar di Indonesia. Wendy (2015) menyebutkan beberapa penyebabnya adalah fakta bahwa Direktorat Jendral Pajak (DJP) lebih fokus pada wajib pajak besar sedangkan pengawasan kepada pelaku UMKM belum secara optimal dilakukan dan kepatuhan pajak pelaku UMKM juga masih rendah. Kepatuhan wajib pajak timbul oleh beberapa faktor yang dapat

mempengaruhinya.

Simanjuntak dan Mukhlis (2012) berpendapat beberapa faktornya antara lain pemahaman peraturan perpajakan, tarif pajak, sanksi dan keadilan. Penelitian yang dilakukan oleh Ningtyas (2012) menunjukkan bahwa tarif pajak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian kepatuhan wajib pajak juga dapat tercapai apabila ada penetapan tarif yang jelas, selain itu tarif pajak juga harus bersifat adil dalam menentukan subjek dan objek pajaknya. Terkait dengan tarif pajak UMKM, Pemerintah telah beberapa kali membuat kebijakan untuk mendorong penerimaan pajak. Awalnya sudah ada ketentuan perpajakan yang mengatur tarif khusus PPh untuk UMKM tetapi hanya berlaku untuk yang berbentuk badan usaha. Dalam Undang-Undang No.36 Tahun 2008 (UU PPh) pasal 31 E dinyatakan bahwa Wajib Pajak badan dalam negeri dengan peredaran bruto sampai dengan Rp50 miliar mendapat fasilitas berupa pengurangan tarif sebesar 50%.

Dengan tarif PPh Badan yang berlaku saat itu yaitu 25%, maka bagi Wajib Pajak badan dalam negeri yang memenuhi syarat, tarif efektifnya menjadi 12,5% atas penghasilan sampai dengan Rp.4,8 miliar. Pengenaan PPh dalam hal ini dilakukan terhadap penghasilan kena pajak yang dihitung dari perhitungan laba-rugi akuntansi (pembukuan) setelah dilakukan koreksi fiskal, karena berdasarkan pasal 28 ayat (1) Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 (UU KUP), Wajib Pajak badan diwajibkan menyelenggarakan pembukuan.

Kewajiban menyelenggarakan pembukuan tentu menjadi kendala bagi sebagian besar UMKM. Muchid (2015) menyebutkan kendala pengembangan UMKM selain rendahnya pendidikan dan kurangnya pemahaman teknologi informasi, juga kendala dalam penyusunan laporan keuangan. Pada tahun 2013 Pemerintah juga membuat kebijakan pajak yaitu Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 46 tahun 2013 yang diterapkan mulai 1 Juli 2013. PP ini memberikan tarif pajak sebesar 1% dari omset wajib pajak yang tidak melebihi 4,8 miliar dalam satu tahun masa pajak. PP ini dibuat pemerintah supaya wajib pajak semakin patuh, kemudian terdorong untuk melaksanakan kewajiban perpajakan sehingga target penerimaan pajak dapat tercapai. Namun realisasinya, penerimaan pajak setelah diberlakukan tarif 1% dari omset belum mencapai target, seperti yang disampaikan Fauzi Ahmad dkk (2016).

Pada bulan Juni 2018, Pemerintah kembali meluncurkan kebijakan baru tentang perpajakan UMKM yang tertuang dalam PP No 23 Tahun 2018. Tarif pajak yang berlaku bagi UMKM dalam P tersebut sebesar 0,5% dan mulai berlaku per 1 Juli 2018. Kebijakan ini bertujuan untuk menstimulus bisnis UMKM, mendorong peran serta masyarakat dan pengetahuan perpajakan

Kabupaten Aceh Barat Daya merupakan wilayah di Nanggroe Aceh Darussalam yang merupakan salah satu wilayah yang memiliki banyak UMKM. Akankah dengan diterbitkannya PP No 23 Tahun 2018 penerimaan pajak UMKM di Kabupaten Aceh Barat Daya akan mengalami peningkatan dengan adanya penurunan tarif pajak ini? Dari uraian diatas menjadi dasar peneliti untuk mengambil judul penelitian "Pengaruh Penerapan PP No. 23 Tahun 2018 Terhadap Peningkatan Kepatuhan Pembayaran Pajak Pada Pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, adalah bagaimana Pengaruh Penerapan PP No. 23 Tahun 2018 Terhadap Peningkatan Kepatuhan Pembayaran Pajak Pada Pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) pada Kabupaten Aceh Barat Daya?

C. Tujuan Penelitian.

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh Penerapan PP No. 23 Tahun 2018 Terhadap Peningkatan Kepatuhan Pembayaran Pajak Pada Pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) pada Kabupaten Aceh Barat Daya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.

1. Pajak

Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasar undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontra-prestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum (Mardiasmo, 2011:1).

Pajak sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian dan kekayaan ke kas Negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipasakan, tetapi tidak ada jasa timbale balik dari Negara secara langsung, untuk memelihara kesejahteraan umum (S.I. DJajadiningrat dalam Siti Resmi 2007:1).

2. Wajib Pajak

Dalam Pasal 1 UU Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP) disebutkan bahwa Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan, yang meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak serta kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

^Sesuai dengan pengertiannya dalam UU KUP bahwa Wajib Pajak Badan adalah sekumpulan orang dan/atau modal yang merupakan kesatuan, baik yang melakukan usaha, maupun yang tidak melakukan usaha, yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, badan usaha milik negara atau badan usaha milik daerah dengan nama dan dalam bentuk apa pun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, atau organisasi lainnya, lembaga, dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif serta bentuk usaha tetap. Bendahara adalah pejabat yang ada dalam suatu instansi pemerintah atau lembaga Negara yang telah ditunjuk berdasarkan Surat Keputusan untuk melakukan tugas kebhendahaan.

3. Kepatuhan Pajak

Kepatuhan wajib pajak adalah sejauh mana wajib pajak dapat melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan baik dan benar sesuai peraturan

perpajakan. (Fauzi Achmad Mustofa dkk, 2016). Sesuai dengan PMK Nomor 192/PMK.03/2007 Pasal 1, wajib pajak yang dapat ditetapkan sebagai wajib pajak patuh yang dapat diberikan pengembalian pendahuluan kelebihan pembayaran pajak apabila memenuhi semua syarat sebagai berikut:

- a. Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan;
- b. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak;
- c. Laporan keuangan diaudit oleh akuntan publik atau lembaga pengawas keuangan pemerintah dengan pendapat wajar tanpa pengecualian selama 3 tahun berturut-turut; dan
- d. Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana dibidang perpajakan berdasar putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 tahun terakhir.

1) Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan Wajib Pajak adalah kesadaran pemenuhan kewajiban perpajakan yang tercermin dalam situasi dimana wajib pajak paham dan berusaha untuk memahami semua ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas, menghitung jumlah pajak yang terutang dengan benar dan membayar pajak tepat pada waktunya (Zain dalam Wijoyanti 2010:40).

2) Pemahaman Peraturan Pajak

Pengetahuan dan pemahaman akan peraturan perpajakan adalah proses dimana wajib pajak mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan itu untuk membayar pajak. Panca Hardiningsih (2008:11) menyatakan bahwa meningkatnya pengetahuan perpajakan baik formal dan non formal akan berdampak positif terhadap Kesadaran Wajib Pajak dalam membayar pajak. menemukan bahwa rendahnya Kepatuhan Wajib Pajak disebabkan oleh pengetahuan wajib pajak serta persepsi tentang pajak dan petugas pajak yang masih rendah. Sebagian wajib pajak memperoleh pengetahuan pajak dari petugas pajak, selain itu ada yang memperoleh dari media informasi, konsultan pajak, seminar dan pelatihan pajak.

4. Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Sesuai dengan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan menengah (UMKM), pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan

anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Adapun kriteria usaha mikro, kecil dan menengah adalah sbb:

Tabel 1 Kriteria UMKM

No.	URAIAN	KRITERIA	
		ASSET	OMZET
1	USAHA MIKRO	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	USAHA KECIL	> 50 Juta - 500 Juta	> 300 Juta - 2,5 Miliar
3	USAHA MENENGAH	> 500 Juta - 10 Miliar	> 2,5 Miliar - 50 Miliar

Sumber: www.depkop.go.id

Tabel 1 di atas menjelaskan kriteria UMKM berdasarkan aset dan omset per tahun, bahwa Usaha Mikro adalah usaha yang memiliki aset maksimal Rp 50.000.000,00 dan omset maksimal Rp 300.000.000,00. Usaha Kecil memiliki aset lebih dari Rp 50.000.000,00 sampai dengan Rp 500.000.000,00 dan omset lebih dari Rp 300.000.000,00 sampai dengan Rp 2.500.000.000,00. Sedangkan Usaha Menengah memiliki aset lebih dari Rp 500.000.000,00 sampai dengan Rp 10.000.000.000,00 dan omset lebih dari Rp 2.500.000.000,00 sampai dengan Rp 50.000.000.000,00.

1) Pengertian UMKM

Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
- b) Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000, dan.
- c) Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.

2) Kriteria UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

- a) Usaha Mikro
- b) Usaha Kecil
- c) Usaha Menengah

3) Klasifikasi UMKM

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain

itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM):

- a) *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
- b) *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- d) *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

4) Peranan UMKM

Diakui, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga di negara-negara maju (NM). Di negara maju, UMKM sangat penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar (UB), seperti halnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar.

5) Karakteristik Usaha Mikro

Usaha kecil di Indonesia mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan variabel pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut akan tetapi perlu dicermati beberapa hal seiring perkembangan usaha kecil rumahan seperti: perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan meminimalkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan akan menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengelola sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan terobosan dan inovasi yang menjadikan pembeda dari pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut.

6) Kekuatan dan Kelemahan UMKM

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:

- a) Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia.
- b) Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru.
- c) Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana

dan fleksibel terhadap perubahan pasar.

- d) Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya.
- e) Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

Kelemahan, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan dari Usaha Mikro terdiri dari 2 faktor:

- 1) Faktor Internal, merupakan masalah klasik dari UMKM yaitu diantaranya:
 - a. Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia.
 - b. Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha Industri Kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengakseskannya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja.
 - c. Kecenderungan konsumen yang belum mempercayai mutu produk Industri Kecil.
 - d. Kendala permodalan usaha sebagian besar Industri Kecil memanfaatkan modal sendiri dalam jumlah yang relatif kecil.
- 2) Faktor eksternal, merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dan pembina UMKM. Misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih.

5. Pertumbuhan Ekonomi

a. Pengertian Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi merupakan upaya peningkatan kapasitas produksi untuk mencapai penambahan *output*, yang diukur menggunakan Produk Domestik Bruto (PDB) maupun Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dalam suatu wilayah. Pertumbuhan ekonomi adalah proses kenaikan output per kapita dalam jangka panjang. Tekanannya pada tiga aspek yaitu: proses, output perkapita dan jangka panjang. Dari sini dapat melihat aspek dinamis dari suatu perekonomian, yaitu melihat bagaimana suatu perekonomian berkembang atau berubah dari waktu ke waktu. Tekanannya pada perubahan atau perkembangan itu sendiri. Pertumbuhan ekonomi dapat diartikan peningkatan output agregat atau pendapatan riil. Kedua peningkatan tersebut biasanya di hitung perkapita atauselama jangka waktu yang cukup panjang sebagai akibat peningkatan penggunaan input. Pertumbuhan ekonomi merupakan suatu proses perubahan kondisi perekonomian suatu negara yang berkesinambungan menuju keadaan yang lebih baik selama periode tertentu. Dari aspek dinamis melihat bagaimana suatu perekonomian berkembang atau berubah dari waktu ke waktu.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi

Beberapa Faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, diantaranya seperti di bawah ini:

- 1) Faktor sumber daya manusia (SDM).
- 2) Faktor sumber daya alam (SDA).
- 3) Faktor Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK).

- 4) Faktor budaya.
- 5) Sumber daya modal.
- 6) Organisasi.
- 7) Pembagian kerja dan skala produksi.

6. Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 (PP No. 23 Tahun 2018)

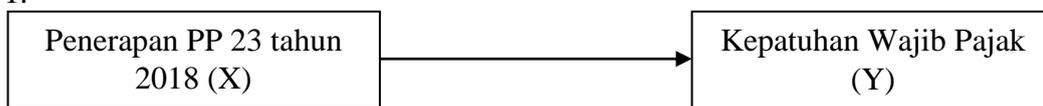
Peraturan Pemerintah Nomor 23 tahun 2018 adalah peraturan mengenai penghasilan atau pendapatan dari usaha yang diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu dalam satu tahun masa pajak. PP ini berlaku mulai 1 Juli 2018. Adapun tarif pajak penghasilan yang baru bagi UMKM sebesar 0,5% dari omset. Peraturan tersebut menggantikan peraturan sebelumnya, yaitu PP No. 46 Tahun 2013 dengan tarif PPh final UMKM sebesar 1 persen yang dihitung berdasarkan pendapatan bruto (omzet)-nya diperuntukkan bagi UMKM yang beromzet kurang dari Rp4,8 miliar dalam setahun.

Batasan waktu kebijakan insentif pajak yang ditetapkan ini berbeda untuk berbagai subyek pajak. Pertama, bagi subyek pajak orang pribadi, insentif tersebut berjangka waktu selama 7 tahun. Kedua, bagi subyek pajak badan usaha berbentuk Perseroan Terbatas, insentif berjangka waktu selama 3 tahun. Terakhir, bagi subyek pajak badan usaha berbentuk CV, firma, dan koperasi selama 4 tahun. Adapun jangka waktu dihitung sejak tahun pajak regulasi berlaku bagi wajib pajak (WP) lama, dan sejak tahun pajak terdaftar bagi WP baru.

Kebijakan insentif PPh bagi pelaku UMKM merupakan salah satu fasilitas fiskal yang diberikan oleh pemerintah kepada pelaku UMKM untuk mendorong potensi/ aktivitas sektor UMKM namun juga akan mengurangi potensi penerimaan pajak pada jangka pendek. Pengenaan tarif pajak final lama bagi UMKM sebesar 1 persen dinilai memberatkan pelaku UMKM dan sering dikeluhkan oleh pelaku UMKM. Kebijakan insentif pajak UMKM memberikan keringanan pajak bagi pelaku UMKM dengan potongan pajak sebesar 0,5%. Dari sisi pelaku usaha, penurunan tarif baru diharapkan menstimulasi munculnya pelaku UMKM baru untuk berkembang dan memberikan ruang financial (kesempatan berusaha) dengan berkurangnya beban biaya UMKM untuk dapat digunakan dalam ekspansi usaha. (Rafika Sari, 2018)

B. Kerangka Pemikiran

Dengan melihat uraian di atas tersebut maka untuk kerangka konsep yang akan dibangun pada penelitian ini sebagai berikut seperti yang ada dalam Gambar 1.



Gambar 1 Pengaruh Penerapan PP 23 Tahun 2018 Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan Kerangka pemikiran dan telaah literatur yang diajukan dalam penelitian ini maka hipotesis yang dapat dideskripsikan yaitu: H1: Penerapan PP 23 Tahun 2018 mempengaruhi peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak untuk membayar pajak pada pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Utara.

III. METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini yakni penelitian kualitatif. yaitu dapat dilakukan melalui perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif dan *membercheck*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber yaitu dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber wawancara dalam penelitian ini selain responden dari pemilik UMKM, juga dari mitra bisnis pemilik UMKM yang mengetahui kondisi UMKM tersebut.

B. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah Pelaku UMKM di kabupaten Aceh Barat daya yang memiliki bidang Usaha yang berbeda-beda. kecamatan yang terdapat dalam lingkup Pemerintah Kabupaten Aceh Utara. Sampel yang diambil sebanyak 4 UMKM dengan tehnik simple random sampling. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam terkait kepada para responden untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian.

C. Teknik Pengumpulan Data.

Teknik pengumpulan data nya dilakukan secara triangulasi, analisis datanya bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif ini lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

F. Teknik Analisis Data.

Dalam hal ini penulis menggunakan teknik analisis kualitatif, data yang diperoleh dianalisis dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Mengumpulkan Data
2. Menyortir data yang tidak diperlukan
3. Menyajikan dan menganalisis data
4. Menyimpulkan data

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.

Responden penelitian terdiri dari UMKM yang bergerak dalam bidang konveksi, jasa digital, penjualan ikan, dan catering di Kota Blangpidie. Adapun profil masing- masing UMKM tersebut sebagai berikut:

1. UMKM yang Bergerak dalam Bidang Catering

Usaha aneka jenis makanan memang tergolong usaha yang menjanjikan dan banyak dijalankan oleh beberapa kalangan. Prospek usaha makanan memang selalu cemerlang karena memang makanan menjadi kebutuhan pokok semua manusia. Manusia dalam setiap harinya membutuhkan asupan gizi dan tenang dari makanan, sehingga usaha kuliner semakin memiliki prospek yang tinggi dengan peminat aneka kuliner semakin besar. Siapa pun yang ingin menjalankan bisnis kuliner maka pilihan terbaiknya jatuh pada bisnis catering. **Peluang bisnis catering** benar – benar menggiurkan untuk dipilih dengan permintaan pasar yang semakin tinggi akan catering. Bisnis catering ini biasanya dibutuhkan oleh kalangan yang akan mengadakan acara di rumahnya seperti arisan, pernikahan, pesta, ulang tahun dan sebagainya. Dengan perkembangan zaman saat ini

kepraktisan menjadi salah satu andalan salah satunya dengan memesan makanan pada jasa catering. Adanya jasa catering ini masyarakat semakin mudah untuk memesan aneka makanan tanpa perlu memasak sendiri. Bisnis catering ini sangat sesuai dijalankan bagi yang gemar memasak dan menyukai makanan sehingga hobby atau kegemaran ini bisa diapresiasi dengan menjalankan usaha catering.

Menjalankan usaha catering ini memiliki keunggulan yang mampu menghasilkan keuntungan dengan cepat. Perminataan akan catering sangat tinggi sehingga usaha ini memang menjanjikan untuk dijalankan. Dalam usaha catering butuh strategi pemasaran atau promosi supaya usaha catering bisa dikenal masyarakat dengan mudah. Anda bisa mengenalkan usaha catering dengan membuat spanduk atau brosur yang kemudian disebarluaskan kemasyarakat cantumkan alamat dan nomor telepon supaya calon konsumen bisa menghubungi jika membutuhkan. Anda bisa memberikan promo dengan harga terjangkau untuk strategi bisnis awal. Apabila menu catering dan pelayanan yang diberikan ini baik tentu konsumen lain bisa menyebarkan bisnis catering yang dijalankan kepada orang lain.

Pelaku UMKM mengakui bahwa pemasaran belum maksimal, tidak ada tim marketing khusus yang menangani pemasaran. Pelaku jasa catering ini bisa dikatakan musiman, karena mereka biasanya akan di gunakan jasa cateringnya jika ada pesta didaerah tersebut, pekerjaan rutin mereka yaitu berjualan kue basah dan kering., dan juga menjual masakan yang di jual setiap harinya dalam kemasan bungkus ¼ kg . Usaha ini ditangani oleh suami istri dan dibantu tetangga sekitar. Omset rata-rata sekitar 10-35 juta per bulan.

2. UMKM yang Bergerak dalam Bidang Jasa Digital

Perkembangan bisnis dunia digital yang semakin pesat, telah dipelopori dengan jaringan internet yang semakin cepat berkembang dan pola belanja masyarakat yang berubah dari offline ke online. Oleh sebab itu jika anda ingin terjun ke bisnis digital secara online, penting untuk melakukan analisa bisnis digital apa yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat. Banyak pebisnis digital yang sudah mencapai kesuksesan dari bisnis yang dijalaninya, Anda pun dapat mengikuti jejak mereka untuk menggeluti bisnis digital tersebut.

Membahas potensi bisnis digital di Indonesia ini begitu menarik, hal itu dikarenakan peluang bisnis digital masih sangat menggiurkan untuk digeluti. Indonesia sudah memberikan peluang atau tempat bagi para pebisnis digital untuk berkreasi dalam mengembangkan bisnisnya. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya startup yang bermunculan yang kemudian kian menjadi besar karena banyak digunakan oleh masyarakat. Selama jaringan internet lancar, serta jumlah penggunaannya kian bertambah maka potensi untuk berbisnis digital ini masih terbuka lebar bagi anda.

Pelaku usaha yang juga memiliki potensi dalam bidang desain grafis dan *website* ini menjajaki pasar jasa digital dengan mempromosikan jasanya pada UMKM-UMKM lain. Ternyata banyak pelaku UMKM sampai instansi pemerintah yang tertarik menggunakan jasa digital ini. Seiring dengan perkembangan usaha jasa digital, pelaku UMKM mengkaryakan 4 (empat) orang saudara/tetangga untuk membantu usaha *fotocopy*. Rata-rata omset usaha jasa digital ini sebesar 30 juta per bulan.

3. UMKM yang Bergerak dalam Bidang Konveksi

Bisnis konveksi adalah suatu jenis bisnis yang cukup populer di Indonesia. Tersebar di setiap daerah. Kepopuleran bisnis konveksi utamanya adalah karena disebabkan oleh dua hal. Pertama, karena produk yang dihasilkan oleh industri konveksi, yaitu pakaian yang merupakan kebutuhan dasar manusia, maka market untuk bisnis konveksi akan selalu ada. Pangsa pasar yang jelas, membuat banyak orang yang mengadu peruntungan di bisnis ini.

Yang kedua, bisnis konveksi menjadi populer karena entry barrier untuk bias memulai bisnis ini tidak terlalu besar. Seseorang bisa memulai bisnis ini hanya dengan bermodalkan dua atau tiga buah mesin jahit. Dan mesin jahit, adalah satu mesin produksi yang cukup terjangkau harganya oleh masyarakat. Dengan bisnis ini seseorang dapat menjalankan usahanya dari garasi rumah atau ruangan kecil yang memiliki luas hanya beberapa meter persegi saja.

Sedangkan untuk masalah pemasaran produk, bisnis ini cukup menjanjikan untuk dilakukan, kebutuhan masyarakat terhadap produk konveksi sangatlah luas. Dan Kabupaten Kudus sesungguhnya menyimpan peluang pasar yang sangat besar bagi usaha konveksi. Seperti untuk kebutuhan seragam karyawan pabrik, seragam sekolah, kebutuhan hari raya seperti Idul Fitri, dan lain sebagainya.

Dalam industri konveksi, proses ini biasa disebut dengan nama cut, make, and trim.

- a. Cutting : pembuatan pola atau patron, marker, cutting, dan numbering.
- b. Making : menjahit dari awal sampai menjadi bahan siap pakai.
- c. Trimming : washing/dyeing, buang benang, ironing/setrika, labeling, dan packing.

Pemilik UMKM sekarang akan menyewa tempat dan mesin operasional di tempat baru yang awalnya hanya beroperasi di rumah sendiri. Saat ini mesin telah mengalami peremajaan sehingga pemilik konveksi tidak lagi menyewa mesin lama. Karyawan tetap yang membantu operasional usaha ada 4 orang. Omset usaha rata-rata 40-60 juta tiap per bulan.

4. UMKM yang Bergerak dalam Bidang Penjualan Ikan

Bisnis ikan laut merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan untuk dimulai. Pasalnya meskipun yang anda jual merupakan jenis ikan laut yang berukuran kecil, bisnis ikan laut tetap bisa berjalan dan memiliki pelanggan. Hanya saja, untuk saat ini, masih banyak masyarakat yang tidak tahu bagaimana cara memulai bisnis ikan laut. Padahal, cara memulai bisnis ikan laut ini tidak terlalu rumit dan bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja karena pada dasarnya, bisnis ikan laut tidak jauh berbeda dengan cara bisnis kelapa tua.

Sama seperti jenis bisnis yang lainnya, memulai bisnis ikan laut juga membutuhkan modal. Modal adalah salah satu faktor utama yang menjadikan banyak orang mengurungkan niatnya dalam memulai usaha dengan alasan 'klasik', yaitu: tidak ada modal. Padahal modal tidak hanya menyangkut masalah uang. Bahkan jika memang kendala uang yang jadi permasalahan, tentu saja ada beberapa hal yang bisa dilakukan untuk mensiasatinya agar pengeluaran anda untuk modal tidak membengkak.

Lokasi adalah syarat utama lainnya yang harus anda pikirkan sebelum memulai bisnis ikan laut. Karena sama dengan cara bisnis agen kuota, tempat yang mudah ditemui akan sangat mempengaruhi perkembangan bisnis ikan laut

anda. Salah satu tempat yang paling umum dijadikan tempat bagi pengusaha ikan laut adalah pasar tradisional atau swalayan. Hanya saja, untuk mendapatkan keuntungan yang cukup, terkadang tempat yang disewakan hanya 'dilepas' dengan harga yang cukup tinggi. Namun, jika anda yakin bahwa tempat tersebut dapat meningkatkan penjualan anda, tentu saja harga sewa yang tinggi tidak akan terlalu memberatkan anda dalam menjalankan bisnis ikan laut ini.

Cara lain untuk menjalankan bisnis ikan laut adalah menjualnya secara berkeliling. Cara inilah yang juga diterapkan dalam bisnis potong ayam untuk mendapatkan penjualan. Selain itu, dengan cara berkeliling inipun anda akan lebih dekat dengan pelanggan anda sehingga anda lebih mengenal mereka lebih dekat. Menjual secara berkeliling adalah cara yang tepat jika anda memiliki keterbatasan modal untuk menyewa tempat.

Usaha Penjualan ikan ini telah lama di lakukan di daerah pinggir pantai. Awalnya penjualan ikan ini dijual hanya pada masyarakat setempat sekarang makin berkembang sehingga penjualan ikan sudah dilakukan sampai keluar daerah. Yang memiliki usaha tersebut di panggil toke, karna toke ini memiliki kapal/bot yang mencari ikan yang memperkerjakan awak kapalnya 3-4 orang awak kapal tetap, akan tetapi yang pergi mencari ikan ato awak kapal tidak tetapnya bisa mencapai 15 orang, hasil tangkapan ikan tersebut ada yang di serahkan ke toke yang lainnya bisa untuk dibawa pulang kerumah masing-masing awak kapalnya. Toke ini juga bekerja sama dengan pengusaha es batu besar guna untuk mengawetkan es yang akan dikirim keluar daerah. Omset bisa menjaicai 300 - 400 juta per bulan.

B. Pembahasan

1. Analisis Pembayaran Pajak UMKM Sebelum Diterbitkan PP No. 23 Tahun 2018

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 46 tahun 2013 tentang PPh atas penghasilan dari usaha yang diperoleh wajib pajak yang memiliki penghasilan bruto tertentu yang diterapkan mulai 1 Juli 2013, UMKM yang memiliki omset tidak melebihi 4,8 miliar dalam satu tahun masa pajak dikenai tarif pajak sebesar 1%. Hasil wawancara dengan kelima bidang responden UMKM, hanya sebagian dari pelaku UMKM yang menjalankan kewajiban perpajakan tersebut. Ada 3 responden yang telah mengetahui kewajiban perpajakan bagi UMKM. 1 responden lain belum mengetahui adanya kewajiban perpajakan bagi UMKM. Satu responden yang mengetahui kewajiban perpajakan, mengaku memiliki kendala sehingga tidak dapat menjalankan kewajiban perpajakannya. Kendala yang mereka sampaikan terkait keterbatasan SDM dalam mengelola usaha, sehingga tidak ada sumber daya manusia yang khusus mengurus pembukuan dan perpajakan. Pemilik UMKM merasa kerepotan untuk mengurus pajak sendiri. Dari analisis peneliti dengan para responden, keberatan tersebut antara lain disebabkan karena kekhawatiran mereka terkait pendapatan yang hanya sedikit dan harus dikurangi dengan pajak 1% dari omset.

2. Analisis Potensi Kepatuhan Pembayaran Pajak UMKM Setelah Diterbitkan PP No. 23 Tahun 2018

Pemerintah mengeluarkan kebijakan baru tentang perpajakan UMKM yang tertuang dalam PP No 23 Tahun 2018. Tarif pajak yang berlaku bagi

UMKM dalam PP tersebut sebesar 0,5% dan mulai berlaku per 1 Juli 2018. Kebijakan ini bertujuan untuk mendorong peran serta masyarakat dalam pembangunan Negara. Berdasarkan hasil diskusi dengan lima responden, ada tiga responden yang sudah mengetahui tentang tarif baru tersebut, dan dua responden belum mengetahui tentang peraturan terbaru perpajakan UMKM. Kelima responden mengapresiasi kebijakan baru dengan penurunan tarif pajak bagi UMKM tersebut. Semua responden menyatakan bersedia membayar pajak dengan tarif baru tersebut. Akan tetapi, responden berharap mendapatkan informasi dan bimbingan lebih detail untuk mengurus kewajiban perpajakan mereka, misalkan dengan diadakannya sosialisasi secara rutin.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.

Penelitian ini menemukan 3 responden yang telah mengetahui kewajiban perpajakan bagi UMKM pada Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 46 tahun 2013. Satu responden lain belum mengetahui adanya kewajiban perpajakan bagi UMKM. Satu responden yang mengetahui kewajiban perpajakan, mengaku memiliki kendala sehingga tidak dapat menjalankan kewajiban perpajakannya. Kendala yang mereka sampaikan terkait keterbatasan SDM dalam mengelola usaha, sehingga tidak ada sumber daya manusia yang khusus mengurus pembukuan dan perpajakan. Pemilik UMKM merasa kerepotan untuk mengurus pajak sendiri. Dari analisis peneliti dengan para responden, keberatan tersebut antara lain disebabkan karena kekhawatiran mereka terkait pendapatan yang hanya sedikit dan harus dikurangi dengan pajak 1% dari omset. Dan ketiga responden ini pun sudah mengetahui tentang tarif 0,5% di PP No 23 Tahun 2018, dan 1 responden belum mengetahui tentang peraturan terbaru perpajakan UMKM. Keempat responden mengapresiasi kebijakan baru dengan penurunan tarif pajak bagi UMKM tersebut. Semua responden menyatakan bersedia membayar pajak dengan tarif baru tersebut. Akan tetapi, responden berharap mendapatkan informasi dan bimbingan lebih detail untuk mengurus kewajiban perpajakan mereka, misalkan dengan diadakannya sosialisasi secara rutin.

B. Saran.

Saran penulis bagi praktisi yaitu diharapkan Kantor Pajak setempat memberikan sosialisasi dan pendampingan kepada UMKM untuk menumbuhkan kesadaran dan kepatuhan perpajakan. Serta, pelaku UMKM sebaiknya lebih aktif mengikuti peraturan perpajakan yang sering mengalami perubahan dan mulai mempelajari pembukuan sederhana untuk UMKM agar mendukung pengembangan usaha dan kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan. Saran untuk penelitian kedepan, penulis berharap agar penelitian selanjutnya meneliti jumlah responden yang lebih banyak dan lebih variatif.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Fauzi dkk. 2016. *Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Tarif Pajak dan Asas Keadilan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. (Studi pada Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang Berada Di Wilayah Kerja Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu Setelah Diberlakukannya Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013)*. Malang:

- Jurnal Perpajakan Universitas Brawijaya, Vol. 8 No. 1 2016
- Endrianto, Wendy. 2015. *Prinsip Keadilan dalam Pajak UMKM*. Jurnal: Binus Business Review Vol. 6 No. 2 Agustus 2015
- Mardiasmo. 2011. *Perpajakan*, Edisi Revisi 2011. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET
- Muchid, Abdul. 2015. *Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan – Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK-ETAP) (Kasus pada UD. Mebel Novel'l di Banyuwangi)*. Jember: Universitas Jember.
- Ningtyas, Risa PDC. 2012. *Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Tarif Pajak, Sanksi serta Pelayanan Pembayaran terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Malang*. Malang: Skripsi Universitas Brawijaya.
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 192/PMK.03/2007 tentang Tata Cara Penetapan Wajib Pajak dengan Kriteria Tertentu dalam Rangka Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak.
- Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan Dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
- Sari, Rafika. 2018. *Kebijakan Insentif Pajak Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI.
- Simanjuntak, Timbul H dan Imam Mukhlis. 2012. *Dimensi Ekonomi Perpajakan dalam Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: Raih Asa Sukses
- Undang-undang RI No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM Bab IV Pasal 16. Jakarta