

KESADARAN KEWAJIBAN PERPAJAKAN PADA SEKTOR USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM)

Oleh: Amanita Novi Yushita, M.Si.

amanitanovi@uny.ac.id

*Makalah ini disampaikan pada Program Pengabdian Pada Masyarakat” Pelatihan Perpajakan Pada Pengusaha Kecil di Lingkungan UNY Kampus Wates”.

A. Latar Belakang

Salah satu peran pajak bagi Negara Indonesia berfungsi sebagai alat penerimaan kas Negara dan berfungsi sebagai pengatur kegiatan ekonomi pada masa yang akan datang. Selain itu, peran pajak juga bertujuan untuk menumbuhkan dan membina kesadaran serta tanggung jawab warga Negara karena pajak membiayai pembangunan Negara. Pemungutan pajak bukan hal yang mudah, dikarenakan perlu peran aktif dari fiskus dan kesadaran dari wajib pajak. Pemerintah melakukan berbagai macam sosialisasi mengenai pajak, seperti pemberian diskon 50% dari tarif pajak badan bagi UKM yang diberikan dengan batasan tertentu.

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu bagian terpenting dalam perekonomian kerakyatan di suatu wilayah maupun suatu Negara. Usaha kecil dan menengah sangat berperan dalam perekonomian Indonesia dan dipandang sebagai suatu penyelamat dalam proses perekonomian Indonesia, mendorong laju pertumbuhan ekonomi maupu penyerapan tenaga kerja.

Dalam melakukan suatu usaha, perkembangan usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor internal yang sangat mempengaruhi perkembangan UKM adalah modal untuk investasi maupun untuk modal kerja, dikarenakan modal merupakan faktor kendala utama yang selalu menjadi masalah klasik dalam membangun usaha khususnya UKM. Tidak sedikit pemilik usaha kecil dan menengah yang belum sadar dan belum mematuhi dalam melakukan pembayaran pajak, khususnya pendaftaran untuk mempunyai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) sampai ke dalam pembayaran pajak terhutang.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi rendahnya kesadaran kewajiban perpajakan oleh pemilik usaha kecil dan menengah diantaranya adalah rendahnya pendidikan para pemilik usaha kecil dan menengah, kurangnya sosialisasi peraturan oleh pihak aparat pajak dan tingkat kesadaran yang masih rendah dalam melakukan pembayaran pajak.

B. Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran adalah kemauan disertai dengan tindakan dari refleksi terhadap kenyataan (Paulo Freira, 2010). Kesadaran merupakan suatu proses belajar dari pengalaman dan pengumpulan informasi yang diterima untuk mendapatkan keyakinan diri yang mendorong dilakukannya suatu tindakan. Kesadaran wajib pajak adalah suatu upaya atau tindakan yang disertai dengan kemauan dan dorongan dari diri sendiri dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Tetapi pada dasarnya, kesadaran wajib pajak masih rendah dalam melaksanakan pembayaran pajaknya, hal ini dikarenakan pembayaran pajak di Indonesia menggunakan *self assessment system*, dimana wajib pajak diberi kepercayaan untuk menghitung, membayar, dan melaporkan pajak terutang. Sehingga system ini membuka peluang bagi wajib pajak untuk melaporkan data yang tidak sebenarnya untuk menghindari jumlah pajak yang besar.

Sampai sekarang kesadaran masyarakat membayar pajak masih belum mencapai tingkat sebagaimana yang diharapkan. Umumnya masyarakat masih sinis dan kurang percaya terhadap keberadaan pajak karena masih merasa sama dengan upeti, memberatkan, pembayarannya sering mengalami kesulitan, ketidak mengertian masyarakat apa dan bagaimana pajak dan ribet menghitung dan melaporkannya. Namun masih ada upaya yang dapat dilakukan sehingga masyarakat sadar sepenuhnya untuk membayar pajak dan ini bukan sesuatu yang mustahil terjadi. Ketika masyarakat memiliki kesadaran maka membayar pajak akan dilakukan secara sukarela bukan keterpaksaan.

Kesadaran membayar pajak ini tidak hanya memunculkan sikap patuh, taat dan disiplin semata tetapi diikuti sikap kritis juga. Semakin maju masyarakat dan pemerintahannya, maka semakin tinggi kesadaran membayar pajaknya namun tidak hanya berhenti sampai di situ justru mereka semakin kritis dalam menyikapi masalah perpajakan,

terutama terhadap materi kebijakan di bidang perpajakannya, misalnya penerapan tarifnya, mekanisme pengenaan pajaknya, regulasinya, benturan praktek di lapangan dan perluasan subjek dan objeknya. Masyarakat di negara maju memang telah merasakan manfaat pajak yang mereka bayar. Bidang kesehatan, pendidikan, sosial maupun sarana dan prasarana transportasi yang cukup maju maupun biaya operasional aparat negara berasal dari pajak mereka. Pelayanan medis gratis, sekolah murah, jaminan sosial maupun alat-alat transportasi modern menjadi bukti pemerintah mengelola dana pajak dengan baik. Dengan digalakkannya kesadaran akan pajak ini diharapkan Indonesia akan menuju kesejahteraan yang selama ini diharapkan. Slogan “LUNASI PAJAKNYA AWASI PENGGUNAANNYA” tidak hanya suara dan gaungnya semata yang nyaring namun bisa benar-benar terwujudkan bahwa pajak menjadi pendapatan utama negara yang diperuntukkan dan dikelola dengan transparan dan akuntabel bagi kepentingan masyarakatnya sendiri.

C. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang lebih dikenal dengan UMKM merupakan jenis usaha yang mendominasi perekonomian Indonesia. Dengan banyaknya pelaku UMKM dan cukup besarnya tenaga kerja yang terserap di sektor ini, keberadaan UMKM telah menjadi penopang kehidupan ekonomi rakyat. Pemerintah mengatur secara khusus Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ini melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2008. Berikut ini adalah ketentuan mengenai UMKM berdasarkan Undang-Undang No. 8 Th. 2008, khususnya pasal 1 ayat (1), (2) dan (3) serta pasal 6 ayat (1), (2) dan (3).

- **Usaha Mikro** adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria:
 1. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 2. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- **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:

1. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 2. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
- **Usaha Menengah** adalah usaha ekonomi produktif milik yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan dan 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 maupun usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang memenuhi kriteria berikut:
 1. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 2. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

D. Peran Strategis UKM dalam Perekonomian Indonesia

Klaim bahwa UMKM menjadi penyangga perekonomian Indonesia nyata adanya. UMKM telah menjadi penopang laju pertumbuhan ekonomi, penggerak sektor riil dan penyerap tenaga kerja yang cukup signifikan melalui pengembangan kewirausahaan. UMKM juga terbukti paling tangguh dalam menghadapi krisis moneter pada tahun 1997-1998. Sebagian besar UMKM mampu bertahan dalam krisis ekonomi antara lain karena penggunaan bahan baku, tenaga kerja dan orientasi pasar yang bersifat lokal. Pelaku UMKM pun semakin bertambah jumlahnya pasca krisis.

Meskipun jumlah pelaku UMKM cukup banyak dan memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian nasional, namun sebagian besar UMKM mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Secara umum, persoalan yang dihadapi oleh UMKM meliputi akses permodalan, pemasaran, manajemen usaha dan keuangan, aspek legal dan perpajakan.

1. Akses permodalan.

Meskipun UMKM memiliki potensi ekonomi yang bagus untuk dikembangkan, namun pada umumnya pelaku UMKM dianggap tidak *bankable* karena tidak memiliki aset legal yang memadai untuk dijadikan jaminan saat mengajukan kredit ke bank. Hal ini mengakibatkan terbatasnya akses UMKM untuk mendapatkan bantuan modal dari bank. Dengan adanya prinsip kehati-hatian bank dalam penyaluran kredit, maka kredit yang diberikan kepada para pelaku UMKM biasanya menggunakan tingkat bunga yang lebih tinggi dibandingkan pembiayaan komersial lainnya.

2. Pemasaran.

Sebagian besar UMKM masih mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya. Minimnya jaringan pemasaran menjadikan akses UMKM terhadap pasar terbatas. Umumnya UMKM hanya mengandalkan pesanan dari pedagang perantara maupun bantuan pemasaran dari badan usaha penampung baik dari swasta maupun lembaga pemerintah yang mengurus sektor UMKM. Hal ini tentu saja akan menghambat perkembangan usaha.

3. Manajemen usaha dan keuangan.

Banyak pelaku UMKM yang mengelola usahanya tanpa memiliki dasar pengetahuan maupun ketrampilan mengenai manajemen usaha dan manajemen keuangan yang baik. Tidak jarang usaha hanya dijalankan dengan mengandalkan insting dan pengalaman saja. Aspek-aspek manajemen usaha yang meliputi perencanaan usaha, pengorganisasian, implementasi, dan pengendalian usaha menjadi sesuatu yang jarang diperhatikan; padahal hal tersebut sangat penting dalam membangun dan mengembangkan usaha. Demikian pula dengan pengelolaan keuangan usaha; banyak UMKM yang tidak melakukan pembukuan formal terhadap usahanya. Perhitungan laba sering dilakukan dengan sederhana tanpa melakukan analisis biaya secara memadai. Misalnya usaha yang menggunakan bahan baku/bahan mentah yang diambil dari lahan sendiri dan melibatkan anggota keluarga sendiri, biasanya tidak memasukkan komponen tersebut sebagai biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja dalam penghitungan formal biaya.

4. Aspek legal

Banyak UMKM yang masih mengabaikan masalah yang terkait aspek legal seperti perizinan, penyusunan dokumen (kontrak kerja dan perjanjian jual beli), *property right*

maupun sertifikasi produk. Ketidaktertiban administrasi dan legalitas dapat menimbulkan masalah formalitas saat UMKM ingin mengembangkan usahanya.

5. Aspek perpajakan.

Pelaksanaan kewajiban perpajakan seperti kepemilikan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) dan pelaporan SPT (Surat Pemberitahuan Tahunan) lebih banyak dipengaruhi oleh kebutuhan tertentu misalnya perijinan dan urusan perbankan, bukan karena kesadaran membayar pajak. Hal ini terkait dengan masih rendahnya pemahaman pelaku UMKM mengenai ketentuan perpajakan yang berlaku.

Selain kelima masalah yang disampaikan di atas, kondisi di lapangan memperlihatkan bahwa ternyata sebagian pelaku UMKM memiliki lebih dari satu unit usaha (*multibusiness*). Hal ini kerap menyebabkan pelaku UMKM tidak memiliki fokus yang cukup baik untuk merencanakan pengembangan usahanya. Kondisi ini diperburuk dengan munculnya biaya-biaya di luar usaha seperti adanya pungutan liar yang dilakukan oleh oknum tertentu sebagai uang pelicin untuk mempermudah/mempercepat suatu urusan ataupun pungutan yang mengatasnamakan iuran keamanan.

Dalam hal pemasaran, pemerintah dan swasta dapat memfasilitasi UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas melalui berbagai ajang (*events*) promosi guna memperkenalkan produk-produk UMKM. Kemajuan teknologi informasi juga seharusnya dimanfaatkan oleh pelaku UMKM sebagai media pemasaran antara lain melalui penggunaan website, blog dan Facebook untuk menampilkan dan menawarkan produk-produknya. Dengan *online marketing* semacam ini UMKM dapat memperluas jaringannya dengan lebih efektif dan efisien sehingga memungkinkan terjadinya transaksi dengan calon pelanggan di luar daerah bahkan di luar negeri.

Diperlukan serangkaian program pembinaan dan pelatihan terpadu bagi pelaku UMKM agar memiliki kemampuan yang komprehensif untuk mengembangkan usahanya secara optimal. Pelatihan yang dibutuhkan meliputi pelatihan perencanaan bisnis, manajemen UMKM, manajemen pemasaran, sistem pembukuan/akuntansi, legalitas serta pelatihan perpajakan. Agar mampu mencapai hasil yang diharapkan, diperlukan kerjasama berbagai pihak antara lain Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KUMKN),

Kementerian BUMN, Dinas Perpajakan, pemerintah daerah, perbankan, akademisi, lembaga swadaya masyarakat, swasta, serta para pelaku UMKM itu sendiri.

Daftar Pustaka

Desy. “*Ciri-ciri Usaja UMKM Pengertian dan Ciri-ciri UMKM Usaha Mikro*”. Artikel diakses tanggal 16 Juni 2014, dari <http://chichimoed.blogspot.com/2009/pengertian-dan-kriteria-ukm.html>.

Leli Agesti. (2010). Analisis Kepatuhan Wajib Pajak Sebelum dan Sesudah Modernisasi Kantor Pelayanan Pajak. Skripsi UIN, Jakarta.

Mufti Rahmatika.(2010). Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Kesadaran Kewajiban Perpajakan pada Sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Skripsi UIN Jakarta.

Paulo Freira. “Pengertian Kesadaran””, diakses tanggal 24 Maret 2010 dari <http://id.Wikipedia.org/wiki/Pajak>.

<http://www.investor.co.id/home/menyederhanakan-pajak-umkm/29690>

<http://ibekasi.com/fokus/mengejar-setoran-pajak-dari-sektor-usaha-kecil/>

<http://www.klinik-pajak.com/2010/aspek-perpajakan-koperasi-dan-umkm.html>

<http://www.pajak.go.id/content/article/merawat-potensi-pajak-sektor-umkm-melalui-kehumasan>

<http://www.pajak.go.id/content/article/solusi-untuk-pajak-ukm>

pajak.go.id