

**PERSEPSI PELAKU UMKM TENTANG PP NO.
23 TAHUN 2018 DALAM MENDUKUNG
PERTUMBUHAN BISNIS UMKM**

(Studi Pada Pelaku UMKM Industri Kreatif Subsektor *Fashion* Bisnis
Konvensional, *E-commerce* dan Konvensional Berbasis *Online* di Kota
Malang)

SKRIPSI

Diajukan untuk Mendapat Gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya

CLARITA AMALIA RADISKA

155030407111002



UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

PROGRAM STUDI PERPAJAKAN

2019

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Persepsi Pelaku UMKM Tentang PP No. 23 Tahun 2018 Dalam
Mendukung Pertumbuhan Bisnis UMKM

Disusun oleh : Clarita Amalia Radiska

NIM : 155030407111002

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Program Studi : Administrasi Perpajakan

Malang, 06 November 2019

Komisi Pembimbing

Ketua



Brillyanes Sanawiri, SAB, MBA

NIP. 2021201832281001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi Fakultas Ilmu Administrasi Univeritas Brawijaya pada :

Hari : Rabu
 Tanggal : 27 November 2019
 Jam : 09.00 WIB
 Skripsi atas nama : Clarita Amalia Radiska (155030407111002)
 Judul : Persepsi Pelaku UMKM Tentang PP No. 23 Tahun 2018 Dalam Mendukung Pertumbuhan Bisnis UMKM.

Dan dinyatakan **LULUS**

MAJELIS PENGUJI

Ketua,



Brillyanes Sanawiri, SAB, MBA
NIP 2021201832281001

Anggota,



Rizky Yudhi Dewantara, S.sos., MPA
NIP 197705022002121003

Anggota,



Latifah Hanum, SE., MSA, Ak
NIP 2014058406172001

PERNYATAAN ORISIONALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya di dalam skripsi ini terkait karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah ini dapat dibuktikan secara jelas terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.29 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 27 Oktober 2019



Clarita Amalia Radiska

NIM. 15503040711002

MOTTO

“berhati pada setiapkerjakerasmu, karya-karyamu”

(Tulus)

semua orang pasti sedang berjuang! Semua orang pasti sedang menunggu sesuatu!
Yang pasti dengan skala dan jalannya cerita yang berbeda-beda. Semua butuh waktu,
menghargai sebuah proses adalah hal terbaik yang bisa kita lakukan

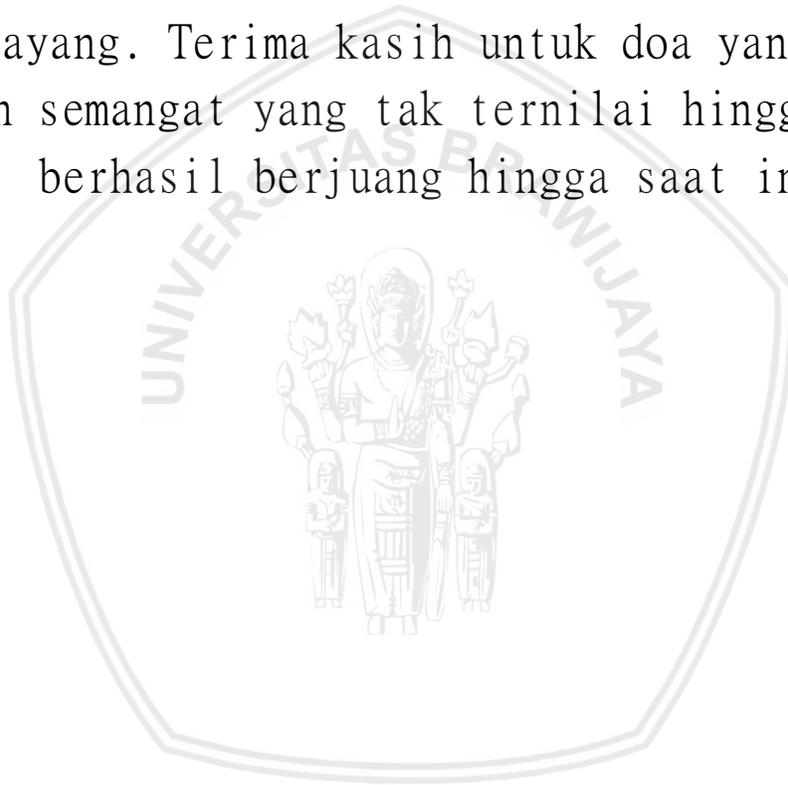
semua akan selesai tepat pada porsi, waktu, dan mampunya
.Tidak akan pernah teralalu cepat, dan tidak akan pernah teralambat.

(Penulis)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Mahakaryaku ini aku persembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta, Papa dan Mama yang selalu berjuang memberikan hal-hal yang terbaik untuk masa depanku, serta kedua adik tersayang. Terima kasih untuk doa yang tulus dan semangat yang tak ternilai hingga aku berhasil berjuang hingga saat ini



RINGKASAN

Clarita Amalia Radiska, 2019, **Persepsi Pelaku UMKM Tentang PP No. 23 Tahun 2018 Dalam Mendukung Pertumbuhan Bisnis UMKM (Studi Pada Pelaku UMKM Industri Kreatif Subsektor Fashion Bisnis Konvensional, E-commerce dan Konvensional Berbasis Online di Kota Malang)**. Brillyanes Samawiri, S. AB., MBA, 143 Hal + vii

Kehidupan manusia saat ini sedang memasuki era baru, yaitu orbit ekonomi pengetahuan atau orbit ekonomi kreatif. Pada orbit ini tuntutan akan keunggulan kreasi dan inovasi lebih dominan. Dalam hal model mengembangkan ekonomi kreatif ini dikira sangat tepat diterapkan dalam model UMKM di Indonesia. Salah satu alasan pengembangan UMKM berbasis industri kreatif adalah adanya dampak positif yang berpengaruh pada kehidupan sosial, iklimbisnis, dan peningkatan ekonomi. Seiring dengan perkembangan era ekonomi kreatif juga, diikuti dengan perkembangan teknologi informasi (TI). Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis ini sering dikenal dengan istilah *e-commerce*. Fenomena *e-commerce* mengubah proses pemasaran UMKM yang sebelumnya dilakukan secara konvensional beralih ke model pemasaran melalui system digital. Tidak lepas dari dunia perpajakan, pelaku UMKM tentunya juga tergolong sebagai wajib pajak yang sudah seharusnya patuh dan memenuhi kewajiban perpajakannya. Pajak UMKM tentunya tak lepas dengan berlakunya PP No. 23 Tahun 2018 yang dikenal dengan pajak UMKM.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Data diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan pada situs penelitian. Sumber dan jenis data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh dari melalui wawancara yang dilakukan terhadap para wajib pajak pelaku UMKM bisnis konvensional, *e-commerce*, dan konvensional berbasis *onlineserta* data sekunder diperoleh dari data-data dari jurnal dan peneliti sebelumnya. Metode analisis data yang digunakan berdasarkan Miles dan Huberman (1992) yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1). Penerapan PP No. 23 Tahun 2018 ini belum sepenuhnya terlaksana dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan masih banyaknya wp khususnya para pelaku UMKM yang menjadi sasaran dari penerapan PP ini belum mengetahui tentang adanya penerapan PP ini sendiri. 2). Persepsi para wp pelaku UMKM tentang penerapan PP No. 23 Tahun 2018 dalam mendukung pertumbuhan bisnis UMKM para informan yang telah mengetahui adanya penerapan peraturan ini merasa diringankan dengan tarif baru pada peraturan ini, dan juga menganggap bahwa dapat memajukan usaha yang mereka jalani karena tarif ini tidak terlalu mempengaruhi keuntungan atau omset usaha mereka. Dan untuk informan yang belum mengetahui penerapan PP ini dan mereka memberikan persepsi setelah peneliti mencoba menjelaskan tentang PP No. 23 Tahun 2018, mereka mengapresiasi adanya peraturan dengan tarif baru ini, dan juga mereka tertarik akan membayar pajak atas usaha mereka setelah mengetahui adanya penerapan PP No. 23 Tahun 2018. 3). Para pelaku UMKM juga mengharapkan sosialisasi dan pendampingan untuk mendapatkan informasi dan pembelajaran mengenai peraturan perpajakan khususnya bagi UMKM.

Kata Kunci : Persepsi,UMKM Industri Kreatif, PP NO. 23 Tahun 2018

SUMMARY

Clarita Amalia Radiska, 2019, **Perception of SMEs Taxpayers Regarding PP No. 23 of 2018 in Supporting SMEs Business Growth (Study on the Creative Industries of the Small and Medium Business Subsector in Conventional, E-commerce and Conventional Business Modes in Malang City)**. Brillyanes Samawiri, S. AB., MBA, 143 Pages + viii

Human life is now entering a new era, namely the orbit of knowledge economy or creative economy orbit. In this orbit the demands for superiority of creation and innovation are more dominant. In terms of this creative economy development model it is thought to be very appropriate to be applied in the SMEs model in Indonesia. One reason for the development of SMEs based on the creative industries is the positive impact that has an effect on social life, business development, and economic improvement. Along with the development of the era of the creative economy as well, followed by the development of information technology (IT). The use of information technology in conducting business is often known as e-commerce. The e-commerce phenomenon is changing the marketing process of SMEs that were previously conventionally switched to marketing models through digital systems. Not separated from the world of taxation, SMEs certainly also classified as taxpayers who are supposed to be obedient and fulfill their tax obligations. SMEs tax certainly cannot be separated from the enactment of Government Regulation Number 23 year 2018 which is known as the SMEs tax.

This type of research used in this research is qualitative research using a descriptive approach. Data obtained from interviews, documentation, and literature studies on research sites. Sources and types of data used are primary data obtained through interviews conducted with taxpayers of conventional, e-commerce, and conventional business-based SMEs businesses as well as secondary data obtained from data from previous journals and researchers. Data analysis methods used are based on Miles and Huberman (1992), namely data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this research are: 1). Application of Government Regulation Number 23 year 2018 this has not been fully implemented well. This is proven by the fact that there are still a lot of wp especially the SMEs who are the target of the application of this PP do not know about the existence of the application of this Government Regulation Number 23 year 2018 itself. 2). Perception of UMKM actors regarding the implementation of Government Regulation Number 23 year 2018 in supporting the growth of MSME business, the informants who were aware of the application of this regulation felt relieved by the new tariffs on this regulation, and also considered that they could advance their businesses because these rates did not greatly affect the profits or turnover of their businesses. And for informants who do not know the application of this PP and they provide a perception after researchers try to explain about Government Regulation Number 23 year 2018, they appreciate the existence of regulations with this new tariff, and also they are interested in paying taxes on their businesses after learning of the application of Government Regulation Number 23 year 2018. 3). The SMEs also expect socialization and assistance to get information and learning about tax regulations, especially for MSMEs.

Keywords: Perception, SMEs Creative Industries, Government Regulation Number 23 year 2018

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Persepsi Pelaku UMKM Tentang PP No. 23 Tahun 2018 dalam Mendukung Pertumbuhan Bisnis UMKM" Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Perpajakan pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya dukungan, motivasi, bantuan dan bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya;
2. Bapak Dr.Drs, Mochammad Al Musadieg MBA selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawjiaya;
3. Ibu Saparila Worokinasih, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Perpajakan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya;
4. Bapak Brillyanes Sanawiri, SAB., MBA selaku dosen pembimbing dari penulis yang senantiasa memberikan arahan, motivasi dan kemudahan dalam penyusunan skripsi yang diberikan kepada penulis;

5. Kedua orangtua tercinta, Bapak Zulkisman dan Ibu Debby Sabrina Ratulangi serta adik tersayang Jihan Aulia Radiska dan Shafira Adelia Radiska yang senantiasa memberikan motivasi, doa yang tulus, semangat serta bantuan moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik;
6. Seluruh keluarga El-Kareem dan Ratulangi yang senantiasa memberikan segala dukungan, doa, dan semangat.
7. Barakallah Catering yang didalamnya ada Anugrah, Niken, Aafini, Hening, dan Evi. Tak lupa sahabat sedari SMA Faizal Gete, Riqmal Kaotjil dan Abdul Wahid yang telah menemani dan memberi dukungan kepada penulis selama menjalankan penelitian dan melewati drama skripsi ini.
8. Deva'na Krisna Putra yang selalu bersedia mendengar keluh kesah dan memberikan dukungan dari awal kepada penulis agar cepat menyelesaikan skripsi.
9. Teman-teman sepejuangan di perpajakan 2015 yang memberi semangat dan saran sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Malang, 8 Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN OTORITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
RINGKASAN.....	vii
SUMMARY.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kontribusi Penelitian.....	11
E. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Tinjauan Empiris.....	14
B. Tinjauan Teoritis.....	20
1. Persepsi.....	20
2. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	25
3. Konvensional, <i>E-commerce</i> , Konvensional Berbasis Online.....	29
4. Konsep Kebijakan Publik.....	36
C. Kerangka Pemikiran.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
A. Jenis Penelitian.....	43
B. Fokus Penelitian.....	44

C.	Lokasi dan Situs Penelitian	45
D.	Sumber data.....	46
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	49
F.	Instrumen Penelitian	50
G.	Metode Analisis Data.....	51
H.	Uji Keabsahan Data	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		56
A.	Gambaran Umum UMKM di Kota Malang	56
B.	Penyajian Data.....	60
C.	Pembahasan.....	91
BAB V KESIMPULAN.....		100
A.	Kesimpulan	100
B.	Keterbatasan Penelitian.....	102
C.	Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....		104



DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
Tabel 1.	Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 2.	Kriteria UMKM	52
Tabel 3.	Jumlah UMKM yang Bergerak dibidang Industri Kreatif di Kota Malang	148
Tabel 4.	Profil Informan Pelaku UMKM Berbasis Industri Kreatif Subsektor <i>Fashion</i>	166



DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
Gambar 1.	Kerangka Pemikiran	42
Gambar 2.	Analisis Data Miles dan Huberman.....	52
Gambar 3.	Triangulasi Sumber.....	54
Gambar 4.	Triangulasi Teknik.....	55
Gambar 5.	Jumlah UMKM yang Tersebar di Kota Malang.....	57
Gambar 6.	Pengenaan Kewajiban Perpajakan UMKM Industri Kreatif Subsektor Fashion Konvensional.....	88
Gambar 7.	Pengenaan Kewajiban Perpajakan UMKM Industri Kreatif Subsektor Fashion <i>E-commerce</i>	89
Gambar 8.	Pengenaan Kewajiban Perpajakan UMKM Industri Kreatif Subsektor Fashion konvensional Berbasis <i>Online</i>	90



DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
	Lampiran 1. Pedoman Wawancara	108
	Lampiran 2. Transkrip Wawancara	110
	Lampiran 3. Surat Ijin Penelitian	143



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan di bidang teknologi informasi dan komunikasi telah menjadikan manusia semakin produktif dan pasar pun semakin luas, hal ini menyebabkan persaingan antar masyarakat menjadi semakin tinggi dan menuntut masyarakat untuk kreatif, kreatifitas manusia tersebut terdiri dari berbagai jenis seperti seni, film, musik bahkan sampai pada kegiatan perekonomian, salah satu contoh kreatifitas di bidang perekonomian adalah penyediaan jasa (Awalia, Mulatsih, Priyarsono. 2013:135). Permintaan terhadap jasa semakin tinggi setelah seseorang mampu memenuhi kebutuhan dasarnya. Oleh karena itu, dengan semakin tingginya pendapatan masyarakat, permintaan terhadap jasa akan meningkat. Meningkatnya permintaan terhadap jasa mendorong berkembangnya industri jasa, salah satunya adalah industri kreatif (Abraham:1984, dalam Mulatsih, dkk :2013).

Pengertian industri kreatif menurut Departemen Perdagangan RI (2007) adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Menurut Santoso (2013) Industri kreatif dibagi menjadi 14 subsektor yaitu; periklanan; arsitektur; pasar seni dan barang antik; kerajinan; desain; *fashion*; video-film-fotografi; permainan interaktif;

musik; seni pertunjukan; penerbitan dan percetakan; layanan computer dan piranti lunak; televisi dan radio; riset dan

pengembangan. Ekonomi kreatif yang dipresentasikan melalui industri kreatif yang bermodalkan ide-ide kreatif, talenta dan keterampilan serta ide-ide terbaru, telah menjadi penopang perekonomian suatu negara. Terbukti industri kreatif memiliki peran yang cukup signifikan terhadap perkembangan PDB Nasional. Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Indonesia juga mencatat industri kreatif di Tanah Air berkontribusi cukup besar dalam Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, Kepala Bekraf Triawan Munaf membenarkan PDB untuk sektor ekonomi kreatif terus meningkat dari tahun ke tahun yaitu sebesar Rp 922 triliun pada tahun 2016, lalu Rp 1.009 triliun pada tahun 2017, dan menjadi Rp1.105 triliun pada 2018 (Ikhsanti, 2018)

Menurut Prasetyo (2011:28) pengertian PDB adalah seluruh barang dan jasa yang dihasilkan/diproduksi oleh seluruh warga masyarakat pada suatu wilayah negara yang bersangkutan (termasuk produksi warga negara asing di negara tersebut) dalam periode tertentu, biasanya dalam satu tahun. PDB juga bisa dikatakan sebagai besaran ekonomi yang menjadi salah satu indikator kemajuan pembangunan perekonomian suatu bangsa. PDB juga dapat menjadi gambaran keberhasilan atau kegagalan pemerintah dalam menjalankan kebijakan di bidang ekonomi (Freddi:2011)

Aziz (2013) mengatakan salah satu aspek terpenting dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia adalah penciptaan wirausahawan kreatif, karena para wirausahawan inilah yang akan berperan penting dalam pengembangan ekonomi kreatif. Model pengembangan ekonomi kreatif ini sangat tepat dan potensial untuk

diterapkan dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia khususnya di Kota Malang. Salah satu alasan dari pengembangan UMKM berbasis industri kreatif adalah adanya dampak positif yang akan berpengaruh pada kehidupan sosial, iklim bisnis, peningkatan ekonomi, dan juga berdampak pada citra suatu kawasan tersebut, dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif pada kota-kota di Indonesia, industri kreatif lebih berpotensi untuk berkembang pada kota-kota besar atau kota-kota yang telah dikenal seperti Kota Malang yang dikenal sebagai Kota Pendidikan dan Kota Wisata (Dwi dan Susilowati, 2017:121)

Berdasarkan Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pengertian usaha mikro adalah usaha yang dilakukan perorangan atau badan usaha yang memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 300 juta per tahun. Usaha kecil yaitu usaha yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha yang memiliki hasil penjualan Rp 300 juta- Rp 2,5 Miliar per tahun. Usaha Menengah yaitu usaha yang dilakukan oleh perorangan atau badan yang memiliki hasil penjualan Rp 2,5 Miliar – Rp 50 Miliar per tahunnya. Sedangkan Usaha Besar adalah jenis usaha ekonomi produktif yang paling tinggi diantara kriteria usaha sebelumnya. Jenis usaha ini biasanya merupakan perusahaan *go-public*, Badan Usaha Milik Negara atau Swasta yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia, omset penjualan tahunan lebih dari 50 Miliar.

Usaha di bidang industri kreatif ini sangatlah menguntungkan, terutama di zaman perkembangan teknologi saat ini yang menuntut kita untuk lebih kreatif, salah

satu subsektor industri kreatif yang tahun ini mengalami peningkatan adalah dibidang *fashion* (Santoso, 2013:1). Menurut Menteri Pariwisata Arief Yahya, *fashion* merupakan salah satu industri yang penting dalam pengembangan industri kreatif di Indonesia. Bahkan di Tahun 2014 lalu, *fashion* menyumbang 30% dari seluruh sektor industri kreatif terhadap PDB nasional. Selain itu, berkembangnya industri *fashion* membawa dampak positif terhadap penyerapan tenaga kerja yang hampir mencapai 4 juta orang (beritasatu.com, 2015).

Kota Malang sebagai kota terbesar kedua di Provinsi Jawa Timur dikenal sebagai Kota Pendidikan dan Kota Wisata. Kota Malang juga mulai dikembangkan sebagai salah satu kota kreatif Indonesia (Yusadi dkk, 2018:91). Hal ini terkait juga dengan ketersediaan sumber daya manusia yang handal dan juga tersedianya jaringan pemasaran yang lebih baik (Dwi dan Susilowati, 2017:121). Berbagai kegiatan industri kreatif dikembangkan untuk menunjang potensi dan daya saing yang kuat melalui produk-produk industri kreatif di Kota Malang, seperti aktivitas industri kreatif yang bergerak pada sub sektor *fashion*. *Fashion* sendiri merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode, konsultasi lini produk *fashion*, serta distribusi produk *fashion* (Indonesia:2018, dalam Dwi dan Susilowati,2017:131).

Ketua Tim Penggerak PKK Kota Malang, Dewi Farida Suryani mengatakan bahwa dunia *fashion* mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 54 persen dan memiliki nilai tambah di industri kreatif sebanyak 44,3 persen (malangtimes.com). Metamorfosa dunia *fashion*, membuat sektor ini mengalami pergeseran, dari awalnya kebutuhan

menutup aurat menjadi kebutuhan akan gaya dan trend manusia. Selain itu *fashion* juga merupakan sebuah trobosan produk kreatif yang bisa dinikmati segala kalangan. Mudahnya pemasaran *fashion* juga menjadi salah satu alasan *fashion* termasuk subsektor insutri kreatif yang memberikan kontribusi paling besar (Santoso,2013)

Pemasaran kegiatan UMKM yang berkembang pesat di era industri kreatif saat ini adalah pemasaran langsung dan *online*. Menurut Utama (2010:2) Pemasaran Langsung adalah komunikasi langsung dengan pelanggan individu yang dibidik secara seksama baik untuk memperoleh tanggapan segera maupun membina hubungan pelanggan yang berlangsung lama. Contoh bisnis dari pemasaran langsung yaitu Bisnis konvensional atau dengan kata lain bisnis offline. Riyanto (2015) mengatakan Bisnis konvensional sendiri merupakan suatu kegiatan bisnis yang pemasarannya dilakukan secara langsung, memiliki toko fisik, bertatap muka antara penjual dan pembeli, bisnis offline ini ada di dunia dan fisiknya dapat dilihat secara nyata, bisnis konvensional juga tidak melibatkan internet atau dunia online sebagai basisnya, baik basis produksi, basis distribusi dan lain sebagainya. Menurut Sugianto (2003) Bisnis konvensional terjadi di pasar fisik, selain itu juga penjualan, proses, dan produknya bersifat fisik dan berinteraksi di dunia fisik.

Utama (2010:5) Pemasaran *Online* adalah pemasaran yang dilakukan melalui sistem komputer online interaktif yg menghubungkan pelanggan dengan penjual secara elektronik. Bisnis ini memiliki basis di dunia maya sebagai sektor pergerakan usaha yang utama. Contoh bisnis dari pemasaran tidak langsung Bisnis *E-commerce (online*

shop). Menurut Laundon (1998), *E-commerce* adalah suatu proses pembelian atau penjualan produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan-perusahaan dengan komputer sebagai transaksi bisnis. Secara teknis *E-commerce* merupakan sebuah turunan dari *E-business*. *E-business* adalah semua kegiatan transaksi bisnis *online*, termasuk didalamnya penjualan secara langsung kepada konsumen, transaksi dengan produsen dan pemasok serta interaksi antara mitra bisnis (Shurety,1999).

Seiring dengan kemajuan zaman, saat ini jual beli tidak hanya terbatas pada jual beli konvensional saja karena kini jual beli juga dapat dilakukan melalui media internet. Jual beli dengan memanfaatkan sarana internet (*E-Commerce*) ini telah mengubah wajah dunia bisnis khususnya di bidang perdagangan, dikarenakan adanya perkembangan teknologi informasi. Transaksi jual beli online di Indonesia memang masih tergolong baru tetapi jenis transaksi ini mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan berkembangnya teknologi serta kemudahan dan efisiensi biaya dalam transaksi perdagangan online (Metrovnews,2017).

Menurut Rao dalam Utomo (2013:2) berbagai kemudahan, seperti kemudahan order melalui desktop, kemudahan dalam mengetahui ketersediaan produk, cepatnya proses jual-beli, inilah yang pada akhirnya membawa internet sebagai suatu media yang digemari untuk melakukan suatu bisnis atau kegiatan perdagangan. Adanya kemudahan perdagangan melalui jejaring internet atau yang biasa disebut *online shop* ini menyebabkan pelaku usaha khususnya dalam perdagangan telah beralih cara berdagangnya, dari konvensional menjadi online melalui jaringan internet

(Wicaksono,2018:142). Selain itu juga tidak menutup kemungkinan ada juga beberapa pelaku usaha yang menggunakan kedua jenis pemasaran tersebut secara bersamaan yaitu dibidang konvensional dan *e-commerce*, yang bisa disebut dengan konvensional berbasis online. Konvensional berbasis online adalah suatu pemasaran sebuah usaha yang pemasarannya dilakukan dengan adanya toko fisik/konvensional dan juga menjalankan pemasaran usaha tersebut dalam jejaring internet atau *e-commerce/online*, dengan kata lain para pelaku bisnis yang memiliki tempat usaha di dunia nyata dan dunia maya.

Adanya digital revolution seperti yang dijelaskan diatas, tentunya mendorong tumbuhnya UMKM, hal ini merupakan potensi penerimaan pajak yang besar (Wicaksono,2018:142). Tidak lepas dari dunia perpajakan pelaku UMKM juga tergolong sebagai wajib pajak yang sudah seharusnya patuh dan memenuhi kewajiban perpajakannya. Oleh karena itu, muncullah PP No 46 tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu karena selama belum adanya PP tersebut, UMKM masih luput dari pengenaan pajak (Dianila dan Faridiah,2018). Peraturan tersebut ditujukan untuk WP UMKM di Indonesia sebab peraturan ini mengatur pengenaan pajak untuk wajib pajak yang memiliki omset kurang dari 4.8 miliar dalam satu tahun. Salah satu pertimbangan diterbitkannya PP 46 Tahun 2013 adalah untuk memberikan kepastian peraturan dan kemudahan dalam urusan perpajakan bagi UMKM yang pada saat itu sedang berkembang (Amalia, 2018).

Salah satu pro dan kontra terkait dengan PP No. 46 Tahun 2013 aspek keadilan merupakan salah satu kontroversi yang sering disoroti mengingat pajak penghasilan PP No. 43 Tahun 2013 ini termasuk dalam pajak final, pajak yang bersifat final tidak memandang apakah hasil akhir dari usaha wajib pajak tersebut laba atau rugi, sepanjang wajib pajak memiliki omset maka wajib pajak harus membayar pajak. Dalam kondisi akhir penghasilan bersih dalam satu tahun kurang dari Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP), wajib pajak orang pribadi UMKM tetap membayar pajak sedangkan wajib pajak orang pribadi karyawan tidak (www.pajak.go.id, 2018). Sekilas PP ini nampak tidak adil bagi pelaku UMKM meskipun di sisi lain PP ini sangat mudah diterapkan karena pengenaan tarifnya 1% dikalikan dengan omsetnya (Dianila dan Faridiah, 2018).

Pada tanggal 1 Juli 2018 pemerintah telah merevisi aturan terkait PPh atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh WP yang memiliki peredaran bruto tertentu yaitu PP No. 46 Tahun 2013 dengan PP No. 23 Tahun 2018. Aturan baru ini telah memberikan keringanan tarif bagi para pelaku UMKM. Perubahan signifikan dalam PP ini adalah adanya penurunan tarif pajak dari yang sebelumnya sebesar 1% menjadi 0,5% dan bersifat final. Pemangkasan tarif PPh Final UMKM menjadi setengah persen ini bertujuan untuk meringankan pelaku usaha dalam melakukan kewajiban perpajakan sehingga usaha di bidang UMKM semakin berkembang, mendorong peran serta masyarakat dalam kegiatan ekonomi formal, memberikan keadilan, memberikan kemudahan dalam melaksanakan kewajiban perpajakan, memberi kesempatan bagi masyarakat untuk berkontribusi terhadap negara melalui

perpajakan, dan meningkatkan jumlah wajib pajak yang patuh. Disahkannya PP No. 23 Tahun 2018 tersebut resmi mengganti dan mencabut PP No. 46 Tahun 2013 (pajak.go.id, 2018)

Berlakunya PP No. 23 Tahun 2018 pasti memunculkan persepsi yang berbeda-beda khususnya pada WP pemilik usaha UMKM. Kartawan dan Kusmayadi, (2002) berpendapat bahwa persepsi berarti juga menyadari tentang apa yang diterima melalui inderanya, seseorang akan menginterpretasikan dan menilai suatu objek yang akan tercermin dari respon yang timbul, yang dapat berupa tanggapan atau perilaku. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan, ada yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata. Pentingnya memahami persepsi ini adalah untuk memahami pendapat-pendapat para WP pemilik UMKM dibidang industri kreatif terhadap penetapan kebijakan pajak penghasilan final sesuai dengan PP No. 23 Tahun 2018 dalam mendukung pertumbuhan UMKM. Selain itu juga untuk mengetahui penguasaan kewajiban perpajakan pada para pelaku UMKM konvensional, *e-commerce*, dan konvensional berbasis online.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul ” **Persepsi Pelaku UMKM Tentang PP No. 28 Tahun 2013 dalam Mendukung Pertumbuhan UMKM (Studi Pada UMKM Industri Kreatif Subsektor *Fashion* Bisnis Konvensional, *E-Commerce*, Dan Konvensional Berbasis Online)** ”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah yang akan diidentifikasi yaitu :

1. Bagaimana persepsi para pelaku UMKM berbasis industri kreatif subsektor *fashion* konvensional, *e-commerce*, dan konvensional berbasis *online* tentang penerapan PP No. 28 Tahun 2018 dalam mendukung pertumbuhan bisnis UMKM ?
2. Bagaimana perbedaan pengenaan kewajiban perpajakan atas usaha yang dijalankan pelaku UMKM berbasis industri kreatif subsektor *fashion* konvensional, *e-commerce* dan konvensional berbasis *online* ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis persepsi para pelaku UMKM dibidang industri kreatif subsektor *fashion* konvensional, *e-commerce*, dan konvensional berbasis *online* tentang penurunan tarif UMKM pada PP No.28 Tahun 2018 dalam mendukung pertumbuhan bisnis UMKM.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis perbedaan pengenaan perpajakan antara UMKM dibidang industri kreatif subsektor *fashion* konvensional, *e-commerce*, dan konvensional berbasis *online*.

D. Kontribusi Penelitian

Hasil dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Kontribusi Teoritis

- a) Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan, dan wawasan yang lebih luas tentang obyek yang diteliti khususnya PP No. 23 Tahun 2018
- b) Mengonfirmasi dan menganalisis teori persepsi dalam pelaksanaan PP No. 23 Tahun 2018 terhadap wajib pajak pelaku UMKM dibidang industri kreatif subsektor *fashion* konvensional, *e-commerce*, dan konvensional berbasis *online* dalam mendukung pertumbuhan UMKM.
- c) Menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya.

2. Kontribusi Praktis

Memberikan masukan berupa hasil penelitian dan saran kepada DJP selaku pelaksana PP No. 23 Tahun 2018 agar penerapannya dapat mendorong elemen masyarakat paham untuk melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan.

3. Kontribusi Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai evaluasi dan masukan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan mengenai PPh atau kebijakan sejenis dimasa mendatang.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan merupakan gambaran-gambaran umum mengenai isi dari penelitian secara keseluruhan. Adapun sistematika pembahasan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah yang menjadi alasan peneliti menetapkan judul penelitian ini. Dalam bab ini peneliti juga menguraikan rumusan permasalahan yang akan dibahas, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, serta sistematika pembahasan skripsi ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori penelitian yang digunakan. Tinjauan pustaka yang berkaitan dengan topik penelitian dan peraturan perundang-undangan yang sesuai dengan topik penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini mengenai jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penjelasan dari hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi penjelasan secara singkat mengenai kesimpulan dan saran dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Empiris

Bab ini berisi tentang landasan teori yang berkaitan dengan penelitian, hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian, dan kerangka pemikiran penelitian.

1. Penelitian Terdahulu

Untuk melakukan kajian pustaka terhadap penelitian yang akan dilakukan, maka terdapat beberapa penelitian terdahulu sebagai perbandingan. Berikut uraian penelitian terdahulu :

1. Rosari (2015)

Penelitian yang dilakukan oleh Regina Maria Rosari dengan judul Skripsi “Persepsi Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Terhadap Kepatuhan Dalam Pemenuhan Kewajiban Perpajakan“. Penelitian Regina memiliki kesamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai persepsi wajib pajak UMKM. Perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan Regina membahas tentang UMKM konvensional dan juga tentang kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan. Sedangkan penelitian ini membahas tentang persepsi wajib pajak UMKM dalam bidang industri kreatif subsektor *fashion* konvensional, *e-commerce*, dan konvensional berbasis *online*, termasuk didalamnya juga membahas tentang manfaat dan dampak dari diterapkannya PP No.23 Tahun 2018.

2. Tatik (2018)

Penelitian yang dilakukan oleh Tatik, SE, M. Ak, Ak, CA dengan judul jurnal “Potensi Kepatuhan Pembayaran Pajak Pada Pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Pasca Penerbitan Peraturan Pemerintahan Nomor 23 Tahun 2018 “. Penelitian ini meneliti tentang potensi kepatuhan pembayaran pajak para pelaku UMKM, selain itu juga untuk mengetahui apakah dengan diterbitkannya PP No. 23 Tahun 2018 ini dapat meningkatkan penerimaan pajak UMKM. Persamaan penelitian Tatik dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang PP. No 23 Tahun 2018, memilih responden yaitu UMKM, menggunakan triangulasi yang sama yaitu sumber, dan juga metode penelitiannya menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, dimana yang menjadi fokus penelitian ini hanya satu bidang UMKM yaitu *fashion*. Penelitian yang dilakukan Tatik ini lebih fokus kepada lima bidang UMKM yaitu *fashion*, *catering*, *jasa digital*, *bidang konveksi*, dan *jasa kebutuhan masjid*. Penelitian ini juga fokus ke UMKM bidang *industri kreatif* dengan bidang *pemasaran konvensional*, *e-commerce*, dan *konvensional berbasis online*.

3. Aananda dan Susilowati (2017)

Penelitian ini berupa jurnal dengan judul “Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang”. Penelitian ini membahas tentang bagaimana perkembangan UMKM berbasis industri kreatif di Kota Malang dengan melihat ancaman, kekuatan, kelemahan dan peluang dari

sektor kuliner, kerajinan, fashion, music, dan permainan interaktif di Kota Malang, dengan tujuan untuk menentukan strategi utama untuk mengembangkan UMKM berbasis industri kreatif dari berbagai sektor yang telah disebutkan diatas. Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas tentang UMKM berbasis industri kreatif, kota yang diteliti sama-sama di Kota Malang, metode penentuan informan juga sama-sama menggunakan teknik *purposive sampling*. Perbedaan penelitian terletak pada analisis yang digunakan, penelitian Amin dan Dwi ini menggunakan analisis SWOT, selain itu juga fokus penelitian Amin dan Dwi itu pada 15 sektor UMKM berbasis industri kreatif yang ada di Malang dan dianalisis kembali lima UMKM yang paling berkembang, sedangkan penelitian ini hanya fokus ke satu bidang UMKM.

4. Nurpratiwi, Saifi, dan Budiharjdo (2013)

Penelitian yang dilakukan Nurpratiwi,dkk ini berupa jurnal dengan judul “Analisis Persepsi Wajib Pajak Pelaku UMKM Terhadap Penetapan Kebijakan Pajak Penghasilan Final Sesuai Dengan Peraturan Pemerintah No. 46 Tahun 2013”. Penelitian tersebut bertujuan untuk memperdalam pemahaman dan melihat kesesuaian faktor-faktor mengenai penetapan kebijakan pajak penghasilan final terhadap UMKM sesuai dengan PP No.43 Tahun 2013, khususnya untuk menganalisis dan mendeskripsikan persepsi wajib pajak tentang kebijaka pajak penghasilan final terhadap UMKM ditinjau dari asas-asas pemungutan oleh Adam Smith. Perbedaan penelitian Anisa, dkk dengan penelitian ini yaitu perbedaan jenis penelitian, penelitian Anisa, dkk menggunakan penelitian deskriptif dengan

pendekatan kuantitatif. Sedangkan penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. pembahasan peraturan juga berbeda, penelitian ini membahas tentang keterbaruan dari peraturan yang dibahas oleh Anisa,dkk. Selain itu fokus pembahas UMKM, penelitian ini lebih fokus ke UMKM industri kreatif sedangkan penelitian Anisa, dkk hanya UMKM secara umum. Persamanya terletak pada kedua penelitian ini ssama-sama membahas tentang UMKM, dan juga sama-sama menggunakan teori persepsi.

No.	Judul Penelitian	Peneliti dan Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Persepsi Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Kepatuhan dalam Pemenuhan Kewajiban Perpajakan	Rosari (2015)	Deskriptif, Kualitatif	Mayoritas pelaku UMKM memenuhi kewajiban perpajakannya, persepsi pelaku UMKM merasa berat dengan tarif baru yang diberikan, dan sosialisasi yang dilakukan DJP masih sangat minim terkait dengan PP Nomor 46 Tahun 2013
2.	Potensi Kepatuhan dan Pembayaran Pajak pada Pelaku UMKM (Usaha Mikro Keci dan Menengah)	Tatik (2018)	Kualitatif	Tarif pajak bagi UMKM sebesar 1% dari omset ternyata cukup memberatkan bagi para pelaku UMKM. Ketidakpahaman akan kewajiban perpajakan menjadi kendala

	Pasca Penerbitan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Sleman-Yogyakarta)			dalam mematuhi kepatuhan perpajakan. Para pelaku UMKM mengapresiasi tarif pajak baru yaitu sebesar 0,5% dari omset yang tertuang dalam PP No. 23 Tahun 2018. Responden dari penelitian ini juga mengharapkan sosialisasi dan pendampingan untuk mendapatkan informasi yang lebih detail terkait peraturan perpajakan terbaru bagi UMKM.
3.	Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang	Ananda dan Susilowati (2017)	Deskriptif, Kualitatif	Kota Malang sudah memiliki banyak potensi di 15 industri kreatif, dari semua sektor tersebut tiap sektor memiliki kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang berbeda. Selain itu, banyak permasalahan di setiap sektor seperti permasalahan SDM pada sektor kuliner, kerajinan dan fashion. Pada faktor kelembagaan, seperti pada sektor kuliner, musik, pada faktor infrastuktur dan teknologi seperti pada kerajinan. Dan faktor pemasaran seperti

				kuliner, kerajinan, fashion, musik maka perlu adanya sinergi untuk bekerja sama antara sektor industri baik pemerintah maupun swasta.
4.	Analisis Persepsi Wajib Pajak Pemilik UMKM Terhadap Penetapan Kebijakan Pajak Penghasilan Final Sesuai Peraturan Pemerintah No. 46 Tahun 2013 (Studi pada KPP Pratama Malang Utara)	Nurpratiwi, dkk (2013)	Deskriptif, Kuantitatif	Persepsi Wajib Pajak tentang kebijakan pajak penghasilan final terhadap UMKM ditinjau dari kesederhanaan dalam memungutannya yang dinyatakan dalam interval 3,75 berarti setuju kategori Peraturan Pemerintah 46 Tahun 2013 mematuhi asas ini,. Dalam berkurangnya beban administrasi yang dinyatakan dalam interval 3,98 berarti setuju kategori. Dalam hal asas <i>certainty</i> (kepastian) yang dinyatakan dalam interval 2,44 berarti kategori tidak setuju. Dalam hal asas <i>equality</i> (kesetaraan) yang dinyatakan dalam interval 2,28 berarti kategori tidak setuju.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu
 Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

B. Tinjauan Teoritis

1. Persepsi

a) Pengertian

Dalam kamus besar psikologi, persepsi diartikan sebagai suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indra-indra yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada dilingkungannya. Secara bahasa, kata persepsi berasal dari bahasa Inggris Perception yang artinya penglihatan, perasaan, dan penangkapan. Sementara dalam kamus lengkap Bahasa Indonesia populer, persepsi memiliki pengertian sebagai tanggapan dari sesuatu yang dilihat atau didengar, atau dapat pula bermakna sebagai proses pengamatan tentang sesuatu objek dengan menggunakan panca indera (Mardijanto,1996:481 dalam Asngad:2016). Segala sesuatu yang didapat dilingkungan, baik dilihat, didengar, dihayati, dirasa, dan dicium akan diproses sebagai informasi untuk bertindak. Pendapat yang lebih sederhana diungkapkan oleh Sugihartono, dkk (2007: 8) bahwa persepsi merupakan proses untuk menerjemahkan atau menginterpretasi stimulus yang masuk dalam alat indera.

Robbins dan Judge (2008: 175) menyatakan persepsi (perception) adalah proses di mana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan memoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Sugihartono, dkk (2007: 8) mengemukakan bahwa persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan. Ada yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata. Persepsi adalah “bagaimana kita melihat dunia sekitar kita”. Secara formal, persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses, dengan cara seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan stimulus dalam suatu gambaran dunia yang berarti dan menyeluruh (Simamora, 2002:102 dalam Asngad:2016).

Setiap orang mempunyai kecenderungan dalam melihat benda yang sama dengan cara yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut bisa dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah pengetahuan, pengalaman dan sudut pandangnya. Persepsi juga bertautan dengan cara pandang seseorang terhadap suatu objek tertentu dengan cara yang berbeda-beda dengan menggunakan alat indera yang dimiliki, kemudian berusaha untuk menafsirkannya. Persepsi baik positif maupun negatif ibarat file yang sudah tersimpan rapi di dalam alam pikiran bawah sadar kita. File itu akan segera muncul ketika ada stimulus yang memicunya, ada kejadian

yang membukanya. Persepsi merupakan hasil kerja otak dalam memahami atau menilai suatu hal yang terjadi di sekitarnya (Waidi, 2006: 118).

Berdasarkan beberapa pernyataan yang dikemukakan di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah pemberian makna atau penafsiran oleh seseorang terhadap suatu hal tertentu, di mana proses ini berasal dari rangsangan panca indra. Jadi persepsi yang terbentuk bisa saja berbeda setiap orang tergantung dari faktor-faktor yang mempengaruhi proses pembentukan persepsi.

b) Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi yang dibuat oleh individu, akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Stephen P. Robins terdapat 3 faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang yaitu:

1. Individu yang bersangkutan

Apabila seseorang melihat sesuatu dan berusaha memberikan interpretasi tentang apa yang dilihatnya itu, ia akan dipengaruhi oleh karakteristik individu yang meliputi sikap, kepribadian, motif, minat, pengalaman masa lalu, kepentingan, serta harapannya.

2. Objek/Target dari persepsi

Target dari persepsi berupa orang, benda, ataupun peristiwa. Persepsi terhadap sasaran bukan merupakan sesuatu yang dilihat secara teori melainkan dalam kaitannya dengan orang lain yang terlibat. Hal tersebut yang menyebabkan seseorang

cenderung mengelompokkan orang, benda, ataupun peristiwa sejenis yang memiliki kemiripan dengan objek/targer yang juga bisa mempengaruhi persepsi.

3. Situasi

Faktor ini mencakup faktor-faktor situasional, seperti lokasi, waktu, temperatur, dan lain sebagainya. Situasi juga merupakan faktor yang turut berperan dalam proses pembentukan persepsi seseorang.

Menurut Ibid dalam Rahmawati (2017: 7) faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada dasarnya di bagi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal

1) Faktor Internal

Faktor internal yaitu keadaan individu yang berpengaruh pada individu dalam mengadakan persepsi. Keadaan individu tersebut bisa datang dari dua sumber antara lain jasmani dan sumber psikologis. Bila jasmani terganggu akan berpengaruh pada hasil persepsinya sedangkan sumber psikologis yang akan berpengaruh pada hasil persepsi adalah pengalaman, persepsi, perasaanm kemampuan berpikir, kerangka acuan, dan motivasi. Keadaan individu ditentukan oleh sifat structural dari individu. Sifat structural adalah sifat permanen dari individu misalnya ada individu yang suka memperhatikan keadaan sekitar tapi ada juga yang acuh tidak acuh sedangkan sikat temporer invidu berkaitan dengan suasana hati individu

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang berpengaruh pada persepsi antara lain stimulus dan lingkungan dimana persepsi itu berlangsung. Kejelasan stimulus akan banyak berpengaruh pada persepsi. Pada umumnya stimulus yang lebih kuat akan lebih menguntungkan dibanding stimulus yang lemah. Bila stimulus itu berwujud benda bukan manusia, maka ketepatan persepsi lebih terletak pada individu yang mengadakan persepsi, karena benda-benda yang dipersepsi tersebut tidak ada usaha untuk mempengaruhi yang mempersepsi. Sedangkan lingkungan yang menjadi latar belakang stimulus berpengaruh pula pada persepsi terutama jika objek persepsi adalah manusia. Objek yang sama dengan situasi sosial yang berbeda dapat menghasilkan persepsi yang berbeda.

Elemen-elemen dari objek yang akan dipersepsi juga bisa mengubah persepsi individu juga bisa mengubah persepsi individu. Seperti yang kita ketahui, objek dari persepsi juga memiliki karakter yang berbeda-beda. Misalnya apabila objek persepsi tersebut manusia sebagai contohnya adalah mahasiswa, mahasiswa yang lebih banyak bicara dan aktif di kelas akan lebih disadari kehadirannya oleh dosen dan teman-teman sekelas dibanding mahasiswa yang pendiam. Lalu apabila objek yang dipersepsi memiliki kemiripan, akan terjadi pengelompokan. Misalnya seperti hobby. Pengelompokan tersebut bisa tetap terjadi, meskipun target yang akan dipersepsikan memiliki perbedaan yang jelas dan tidak memiliki hubungan (Robbins dan Judge,2015:104)

Fedlman (1985), pembentukan persepsi juga sangat dipengaruhi oleh informasi yang pertama kali diperoleh. Oleh karena itu pengalaman pertama yang tidak menyenangkan akan sangat mempengaruhi pembentukan persepsi seseorang. Tetapi karena stimulus yang dihadapi oleh manusia senantiasa berubah, maka persepsi pun dapat dapat berubah-ubah sesuai dengan stimulus yang diterima.

Berdasarkan beberapa pernyataan dan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor pembentukan persepsi bisa dipengaruhi oleh berbagai hal seperti kemampuan, pengalaman, kemampuan, individu, lingkungan, dan lainnya.

2. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

a) Pengertian

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

- 1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- 2) 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 ini.

- 3) Yang dimaksud usaha kecil dan menengah adalah kegiatan usaha dengan skala aktivitas yang tidak terlalu besar, manajemen masih sangat sederhana, modal yang tersedia terbatas, pasar yang dijangkau juga belum luas.
- 4) 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 ini. Dunia usaha adalah usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Kudus dan berdomisili di Kudus.
- 5) Kata lain dari pelaku usaha adalah wirausahawan (entrepreneurship). Secara sederhana, wirausahawan (entrepreneurship) dapat diartikan sebagai pengusaha yang mampu melihat peluang dengan mencari dana serta sumber daya lain yang diperlukan untuk menggarap peluang tersebut, berani menanggung risiko yang berkaitan dengan pelaksanaan bisnis yang ditekuninya, serta menjalankan usaha tersebut dengan rencana pertumbuhan dan ekspansi.

UU Nomor 20 Tahun 2008 juga memberikan kriteria dari usaha untuk dikategorikan dan ditetapkan sebagai UMKM. Adapun tolak ukur kriteria tersebut:

- 1) Besaran kekayaan bersih (aset): dan
- 2) Besaran penjualan (omzet) dalam 1 (satu) tahun

Skala Usaha	Kekayaan bersih	Penjualan (omzet) / tahun
Mikro	< Rp 50 juta	< Rp 300 juta
Kecil	Rp 50 juta – Rp 500 juta	Rp 300 juta – Rp 2,5 miliar
Menengah	RP 500 juta – Rp 10 miliar	Rp 2,5 miliar – Rp 50 miliar

Tabel 2. Kriteria UMKM

Sumber: *UU Nomor 20 Tahun 2008*

Yang dimaksud dengan kekayaan bersih adalah hasil pengurangan total nilai kekayaan usaha (asset) dengan total nilai kewajiban, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

b) UMKM Industri Kreatif

UMKM memiliki peranan penting bagi Indonesia karena memberikan kontribusi besar pada GDP (Fauzia, 2018). UMKM menurut Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI) dan Bank Indonesia (2015) dibagi menjadi sembilan bidang yaitu :

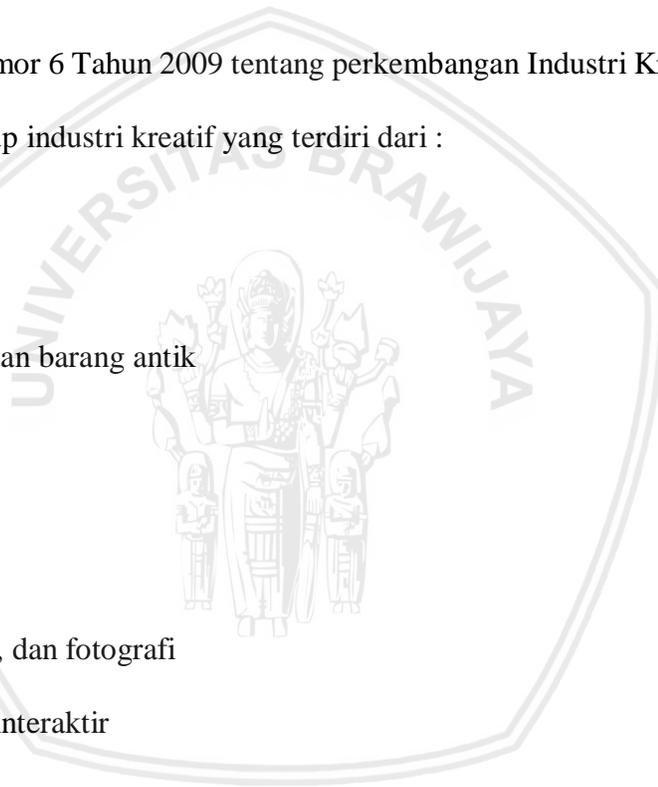
1. Pertanian, peternakan, kehutanan, dan perikanan
2. Pertambangan dan penggalian
3. Industry pengolahan

4. Listrik, gas, dan air bersih
5. Bangunan
6. Perdagangan, hotel, dan restoran
7. Pengangkutan dan komunikasi
8. Keuangan, persewaan, dan jasa perusahaan
9. Jasa-jasa

Presiden RI nomor 6 Tahun 2009 tentang perkembangan Industri Kreatif membagi

14 ruang lingkup industri kreatif yang terdiri dari :

1. Periklanan
2. Arsitektur
3. Pasar seni dan barang antik
4. Kerajinan
5. Desain
6. *Fashion*
7. Film, video, dan fotografi
8. Permainan interaktif
9. Music
10. Seni pertunjukan
11. Penerbitan dan percetakan
12. Layanan computer dan piranti lunak
13. Radio dan televise
14. Riset dan pengembangan



UMKM industri kreatif sendiri merupakan suatu gabungan dari sektor industri pengolahan dan perdagangan, hotel, serta restoran. Industri Kreatif menurut Santoso (2013) merupakan sektor industrial yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan, dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreativiti individu, keterampilan, dan bakat yang mempunyai potensi kekayaan serta penciptaan peluang pekerjaan melalui janaan dan eksploitasi harta intelek. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui melalui penawaran kreasi intelektual (Ananda dan Susilowati, 2017).

Salah satu alasan dari pengembangan UMKM berbasis industri kreatif ekonomi kreatif adalah adanya dampak positif yang akan berpengaruh pada kehidupan sosial, iklimbisnis, peningkatan ekonomi, dan juga berdampak pada citra suatu kawasan tersebut, dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif pada kota-kota di Indonesia, industri kreatif lebih berpotensi untuk berkembang pada kota-kota besar atau kota-kota yang telah “dikenal” seperti Kota Malang yang dikenal sebagai Kota Pendidikan (Ananda dan Susilowati, 2017). Industri kreatif juga mampu menjadikan sumber daya manusia sebagai modal utama untuk pembagunan suatu perekonomian. Semakin bertumbuhnya industri kreatif yang mengandalkan SDM dengan *skill* dan kreativitasnya mampu membawa Negara untuk bersaing secara global khususnya di era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) (Noviyanti, 2017).

3. Konvensional, *E-commerce*, Konvensional Berbasis Online

a) Konvensional

Konvensional atau yang lebih sering dikenal dengan bisnis offline adalah kegiatan atau transaksi jual-beli yang dilakukan secara langsung, bertatap muka antara penjual dengan pembeli dan pembayarannya juga dapat dilakukan pada saat itu juga tanpa melalui perantara. Umumnya bisnis konvensional memiliki tempat atau kios sendiri sehingga pembeli dapat mengunjungi kios dan dapat secara langsung bertemu dengan penjual. Menurut Sugianto (2003) Bisnis konvensional terjadi di pasar fisik, selain itu juga penjualan, proses, dan produknya bersifat fisik dan berinteraksi di dunia. Kelebihan dalam bisnis konvensional antara lain :

- 1) Pembeli langsung dapat melihat produk yang akan dibeli sehingga pembeli tidak merasa ragu akan produk yang akan dibeli, pembeli juga dapat memilih produknya sendiri. Barang atau jasa yang ditawarkan dapat terlihat secara nyata sehingga meminimalkan kesalahan pemilihan barang.
- 2) Pelanggan tidak harus dikenai biaya tambahan untuk ongkos kirim karena mereka bisa langsung membayar di tempat.
- 3) Karena biasa dilihat secara nyata, secara otomatis tingkat kepercayaan pembeli cenderung tinggi.
- 4) Toko konvensional biasanya memiliki variasi produk yang banyak dan lengkap karena stok perjenis produk lebih sedikit.
- 5) Toko konvensional tidak terhambat oleh hal-hal yang berhubungan dengan teknologi, koneksi internet yang sedang terputus misalnya

Sedangkan Kekurangan bisnis Konvensional:

- 1) Media promosi serta jangkauan pemasaran yang terbatas dalam suatu daerah, sehingga untuk memperluas pemasaran dibutuhkan pembukaan cabang baru di daerah lain.
- 2) Masih membutuhkan modal yang lumayan banyak untuk membangun sebuah usaha konvensional, salah satunya adalah urusan kepemilikan tempat usaha.
- 3) Masih direpotkan dengan segala urusan perizinan mendirikan usaha.

b) *E-commerce*

Dalam Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak yaitu SE-62/PJ/2013 menjelaskan bahwa *E-commerce* adalah perdagangan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen melalui sistem elektronik. Adapun pemaparan pengertian *E-commerce* menurut para ahli, yaitu :

- 1) Menurut Kamlesh K. Bajaj dan Debjani Nag (2000) menyatakan bahwa *E-commerce* adalah pertukaran informasi bisnis tanpa menggunakan kertas, melainkan melalui EDI (*Electronic Data Exchange*), E-mail, EBB (*Electronic Bulletin Board*), *Electronic Fund Transfer* dan teknologi-teknologi lainnya menggunakan jasa jaringan internet.
- 2) Menurut suwando (2007), *E-commerce* mengacu pada transaksi pembelian dan penjualan atau transaksi bisnis yang dilakukan melalui komputer dan telekomunikasi, artinya penggunaan jaringan komputer untuk bertransaksi terkait proses produksi, penjualan dan pendistribusian barang atau jasa.

3) Menurut Loundon (1998) *E-commerce* ialah suatu proses yang dilakukan konsumen dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lainya dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan.

a) Klasifikasi *E-commerce*

E-commerce dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, berdasarkan kepada siapa saja pelakunya dalam hal ini penjual dan pembeli yang terlibat didalamnya, bagaimana interaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli, serta proses yang terjadi didalamnya. Terdapat lima klasifikasi *e-commerce* menurut India Chartered Accounting (2012) yaitu:

1) *Busines to Customers* atau B2C

Merupakan transaksi komersil antara suatu organisasi dengan konsumen-konsumen. Pelopor dari kategori B2C ini adalah Amazon.com, Yahoo.com, dan Schawab.com. Transaksi-transaksi yang terjadi dalam kategori B2C ini antara lain aktivitas penjualan, pencarian konsumen, serta pelayanan dan dukungan bagi para konsumen

2) *Business to Bussines* atau B2B

Merupakan transaksi komesil antara suatu organisasi dengan organisasi lainya (antar perusahaan secara *online*). Aktivitas dari B2B ini meliputi pembelian dan penjualan , *supplier, management, inventory management, channel management*, aktivitas-aktivitas penjualan,*payment management* serta *service* dan *support*.

3) *Government To Customers* atau G2C

Merupakan hubungan atau interaksi antara pemerintah dengan masyarakat. Konsumen, dalam hal ini masyarakat, dapat dengan mudah menjangkau pemerintah sehingga memperoleh kemudahan dalam pelayanan sehari-hari

4) *Government To Business* atau G2B

Merupakan hubungan atau interaksi antara pemerintah dengan pihak bisnis. Bentuk interaksi ini akan melibatkan transaksi penjualan barang, jasa, maupun keduanya dalam skala kecil, menengah, hingga skala besar. Pemerintah ikut terlibat langsung didalamnya melalui hubungan dengan pihak swasta, agar tercipta sebuah bentuk kerjasama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak.

5) *Customers to Customers* atau C2C

Merupakan pertukaran informasi atau transaksi keuangan antara konsumen yang pada umumnya dimediasi melalui situs bisnis. Pertukaran C2C ini mencakup transaksi-transaksi yang terjadi antara konsumen dengan konsumen. Pertukaran tersebut bisa melibatkan atau tidak melibatkan pihak ketiga.

Pangesti (2017) mengatakan dalam hal ini yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah *Business to Business* (B2B) dan *Business to Customers* (B2C).

b) Model Transaksi *E-commerce*

Menurut peraturan SE-62/PJ/2013 di Indonesia bentuk *E-commerce* terbagi menjadi empat bagian yaitu antara lain :

1) *Online Marketplace*

Online Marketplace adalah kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa Toko Internet di Mal Internet sebagai tempat *Online Marketplace Merchant*

menjual barang dan/atau jasa. Contohnya : bukalapak.com, tokopedia, shoope, dan blibli.com.

2) *Classified Ads*

Classified Ads adalah kegiatan menyediakan tempat dan/atau waktu untuk memajang content (teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain-lain) barang dan/atau jasa bagi Pengiklan untuk memasang iklan yang ditujukan kepada Pengguna Iklan melalui situs yang disediakan oleh Penyelenggara *Classified Ads*.

3) *Daily Deals*

Deals merupakan kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa situs *Daily Deals* sebagai tempat *Daily Deals Merchant* menjual barang dan/atau jasa kepada Pembeli dengan menggunakan Voucher sebagai sarana pembayaran.

4) *Online Retail*

Online Retail adalah kegiatan menjual barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh Penyelenggara *Online Retail* kepada Pembeli di situs *Online Retail*.

c) **Karakteristik *E-commerce***

Berbeda dengan transaksi perdagangan biasa, transaksi *E-commerce* memiliki beberapa karakteristik khusus, yaitu :

1. Transaksi tanpa batas

Sebelum era internet, batas-batas geografis menjadi penghalang suatu perusahaan atau individu yang ingin bertransaksi internasional. Sehingga hanya perusahaan atau invidu yang bermodal besar yang dapat memasarkan produknya keluar negeri. Saat ini, dengan internet pengusaha kecil dan menengah dapat memasarkan

produknya secara internasional cukup membuat situs *web* atau dengan memasang iklan di situs-situs internet tanpa batas 24 jam 7 hari dan tentu saja pelanggan dari seluruh dunia dapat mengakses situs tersebut dan melakukan transaksi tersebut secara *online*.

2. Transaksi *anonym*

Para penjual dan pembeli dalam transaksi *online* tidak harus bertatap muka satu sama lain. Penjual tidak perlu mengetahui nama dari pembeli sepanjang mengenai pembayaran telah disetujui oleh pihak ketiga penyedia system pembayaran yang ditentukan, yang biasanya dengan kartu kredit

3. Munculnya produk digital dan non digital

Produk-produk digital seperti software komputer, music, dan produk lainya yang bersifat digital dapat dipasarkan melalui internet dengan cara mengunduh secara elektronik. Dalam pengembanganya objek yang ditawarkan melalui internet juga meliputi barang-barang lainya.

4. Adanya penawaran produk barang yang tidak berwujud

Banyak perusahaan yang bergerak dibidang *E-commerce* menawarkan produk-produk digital yang berupa jasa seperti pembuatan *web*, aplikasi, jual beli *followers*, dan ide-ide yang di jual melalui internet.

c) **Konvensional Berbasis Online**

Suatu usaha dalam menjalankan serta mengembangkan bisnisnya selain melalui pemasaran di lokasi secara langsung atau yang telah di jelaskan di atas yaitu konvensional, para usahawan juga memanfaatkan media berbasis online atau biasa

dikenal dengan *online shop*. Konvensional berbasis online sendiri adalah suatu kegiatan yang melibatkan dua jenis pemasaran seperti di atas yaitu konvensional dan *e-commerce* atau dengan kata lain seorang wirausahawan memiliki usaha di dunia nyata dan juga secara bersamaan memiliki usaha di dunia maya. Keuntungan dari pemasaran ini adalah konsumen dapat membeli barang dengan memilih salah satu antara datang langsung ke toko atau memesan secara online. Keuntungan lainnya juga untuk memperluasnya akses pasar produk yang dijual. Hal ini dilakukan bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dalam meningkatkan kecepatan dan ketepatan yang dapat ditukar dengan bisnis informasi, sehingga mengurangi biaya di kedua sisi transaksi serta menghilangkan hambatan untuk mencapai keseluruhan target pasar karena jarak geografis.

4. Konsep Kebijakan Publik

a) Pengertian Kebijakan

Sebelum dibahas lebih jauh mengenai konsep kebijakan publik, kita perlu mengkaji terlebih dahulu mengenai konsep kebijakan atau dalam bahasa Inggris sering kita dengar dengan istilah *policy*. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kebijakan diartikan sebagai rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis besar dan dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan, dan cara bertindak (tentang pemerintahan, organisasi, dsb); pernyataan cita-cita, tujuan, prinsip dan garis pedoman untuk manajemen dalam usaha mencapai sasaran.

Carl J Federick sebagaimana dikutip Leo Agustino(2016:7) mendefinisikan kebijakan sebagai serangkaian tindakan/kegiatan yang diusulkan seseorang,

kelompok atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu dimana terdapat hambatan-hambatan (kesulitan-kesulitan) dan kesempatan-kesempatan terhadap pelaksanaan usulan kebijaksanaan tersebut dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Pendapat ini juga menunjukkan bahwa ide kebijakan melibatkan perilaku yang memiliki maksud dan tujuan merupakan bagian yang penting dari definisi kebijakan, karena bagaimanapun kebijakan harus menunjukkan apa yang sesungguhnya dikerjakan daripada apa yang diusulkan dalam beberapa kegiatan pada suatu masalah.

b) Kebijakan Publik

Kebijakan Publik merupakan hasil interaksi intensif antara para actor pembuat kebijakan berdasar pada fenomena yang harus dicarikan solusinya. Kebijakan publik juga kerap pula menyertakan partisipasi masyarakat guna menghasilkan keputusan terbaik. Menurut Anderson (1990:3) dalam Agustino (2016:17) kebijakan publik adalah serangkaian kegiatan yang mempunyai tujuan tertentu yang diikuti dan dilaksanakan oleh seorang atau sekelompok aktor yang berhubungan dengan permasalahan atau sesuai yang halnya diperhatikan. Lebih lanjut menurut Anderson mengenai kebijakan dilihat dari beberapa aspek, yang pertama dilihat dari aspek aktor; kebijakan merupakan keputusan yang diambil oleh beberapa aktor pembuat kebijakan. Kedua, dilihat dari aspek antara 'aksi kebijakan' dan 'persepsi para pembuat kebijakan. Kebijakan untuk melakukan sesuatu biasanya tertuang dalam ketentuanketentuan atau peraturan perundang-undangan yang dibuat pemerintah sehingga memiliki sifat yang mengikat dan

memaksa. Contoh dari kebijakan yang tertuang dalam peraturan perundang-undang adalah :

1. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018

Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 (yang mulai berlaku pada tanggal 1 Juli 2018), merupakan peraturan mengenai penghasilan atau pendapatan dari usaha yang diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu dalam satu tahun masa pajak. Adapun tarif pajak penghasilan yang baru sebesar 0,5% dari omset. Peraturan tersebut menggantikan peraturan sebelumnya, yaitu PP No. 46 Tahun 2013 dengan tarif PPh final sebesar 1% yang dihitung berdasarkan pendapatan bruto (omzet)-nya diperuntukkan bagi WP yang beromzet kurang dari Rp4,8 miliar dalam setahun. Batasan nilai tersebut secara eksplisit menargetkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai target pajak. Pemerintah memang ingin merangkul sebanyak mungkin UMKM untuk masuk dalam sistem perpajakan.

Latar belakang di terbitkannya PP 23 Tahun 2018 ini adalah untuk memberikan kemudahan dalam melaksanakan kewajiban perpajakan, aturan baru ini telah memberikan keringanan tarif khususnya bagi para pelaku UMKM. Perubahan signifikan dalam PP ini adalah adanya penurunan tarif pajak dari yang sebelumnya sebesar 1% dan bersifat final menjadi 0,5% dan bersifat final. Dari sisi pelaku usaha, penurunan tarif baru diharapkan menstimulasi munculnya pelaku UMKM baru untuk berkembang dan memberikan ruang finansial (kesempatan berusaha)

dengan berkurangnya beban biaya UMKM untuk dapat digunakan dalam ekspansi usaha. (Rafika Sari, 2018). Yang dapat memanfaatkan PPh Final 0,5% ini antara lain :

- a. Orang Pribadi yang menerima penghasilan dari usaha dengan peredaran bruto (omzet) yang tidak melebihi Rp 4,8 miliar dalam satu tahun pajak
- b. Wajib Pajak badan berbentuk koperasi, CV, firma, atau PT yang menerima atau memperoleh penghasilan dengan peredaran bruto di bawah Rp 4,8 miliar.

Selain itu dalam peraturan ini juga menyebutkan kriteria yang tidak dapat memanfaatkan PPh Final 0,5% ini, diantaranya :

- a. Wajib Pajak orang pribadi dengan penghasilan yang diperoleh dari jasa sehubungan dengan pekerjaan bebas. Ini termasuk persekutuan atau firma yang terdiri dari WP orang pribadi berkeahlian sejenis seperti firma hukum, kantor akuntan dan lain sebagainya.
- b. Wajib pajak dengan penghasilan yang diperoleh di luar negeri yang pajaknya terutang atau telah dibayar di luar negeri.
- c. Wajib pajak yang penghasilannya telah dikenai PPh yang bersifat final dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan tersendiri.
- d. Wajib pajak dengan penghasilan yang dikecualikan sebagai objek pajak

Batasan waktu kebijakan insentif pajak yang diterapkan ini berbeda untuk berbagai subyek pajak. Pertama, bagi subyek pajak orang pribadi, insentif tersebut berjangka waktu 7 tahun. Kedua, bagi subyek pajak badan usaha berbentuk PT, 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 WP lama, dan sejak tahun pajak terdaftar bagi WP baru.

Pemerintah memutuskan untuk meringankan tarif PPh Final bagi UMKM menjadi 0,5% ketentuan ini bersifat opsional karena wajib pajak dapat memilih untuk mengikuti tarif dengan skema final 0,5%, atau menggunakan skema normal yang mengacu pada pasal 17 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Sifat opsional ini memberi keuntungan bagi wajib pajak karena:

- 1) Bagi wajib pajak (WP) pribadi dan badan yang belum dapat menyelenggarakan pembukuan dengan tertib, penerapan PPh Final 0,5% memberikan kemudahan bagi mereka untuk melaksanakan kewajiban perpajakan. Sebab, perhitungan pajak menjadi sederhana yakni 0,5% dari peredaran bruto/omzet. Namun, penerapan PPh Final memiliki konsekuensi yakni WP tetap harus membayar pajak meski sedang dalam keadaan rugi.
- 2) Sementara, WP badan yang telah melakukan pembukuan dengan baik dapat memilih untuk dikenai Pajak Penghasilan berdasarkan tarif normal yang diatur pasal 17 UU No. 36 tentang Pajak Penghasilan. Konsekuensinya, perhitungan tarif PPh akan mengacu pada lapisan penghasilan kena pajak. Selain itu, WP juga terbebas dari PPh bila mengalami kerugian fiskal.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menggambarkan mekanisme dari penelitian yang akan dilakukan, dalam kerangka pemikiran ini dijelaskan bahwa kehidupan manusia saat ini sedang memasuki era baru, yaitu orbit ekonomi pengetahuan atau orbi ekonomi kreatif (*creativity based economi*). Pada orbit ini tuntutan akan keunggulan kreasi dan inovasi lebih dominan. Dalam hal model mengembangkan ekonomi kreatif ini dikira sangat tepat diterapkan dalam model UMKM di Indonesia. Salah satu alasan pengembangan UMKM berbasis industri kreatif adalah adanya dampak positif yang berpengaruh pada kehidupan sosial, iklimbisnis, dan peningkatan ekomoni. Seiring dengan perkembangan era ekonomi kreatif juga, diikuti dengan perkembangan teknologi informasi (TI).

Melalui pemanfaatan teknologi informasi ini, perusahaan mikro, kecil maupun menengah dapat memasuki pasar global. Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis ini sering dikenal dengan istilah *e-commerce*. Fenomena *e-commerce* mengubah proses pemasaran yang sebelumnya dilakukan secara konvensional beralih ke model pemasaran melalui system digital. Tetapi banyak

juga dari para usaha UMKM yang menjalankan kedua model pemasaran tersebut atau yang biasa lebih dikenal dengan konvensional berbasis online. Tidak lepas dari dunia perpajakan, pelaku UMKM juga tergolong sebagai wajib pajak yang sudah seharusnya memenuhi kewajiban perpajakannya. Pada tanggal tahun 2018 pemerintah mengubah kebijakan pajak atas UMKM yang sebelumnya dengan tarif 1% menjadi 0,5% dari peredaran bruto setiap bulannya.

Berdasarkan hal diatas, peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi para pelaku UMKM yang menjalankan pemasaran pada bidangnya tentang pemberlakuan PP 23 Tahun 2018 terkait penurunan tarif. Setelah mengetahui persepsi tersebut peneliti juga ingin mengetahui perbedaan pengenaan kewajiban perpajakan para UMKM tersebut dan juga ingin mengetahui dampak maupun manfaat diterbitkanya PP 23 Tahun 2018 terhadap pertumbuhan UMKM.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

Sumber: diolah peneliti (2019)



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2016:2). Secara umum tujuan penelitian ada tiga macam yang pertama bersifat penemuan yang berarti data yang diperoleh dari peneliti itu adalah data yang betul-betul baru yang sebelumnya belum pernah diketahui. Sifat kedua yaitu pembuktian, berarti data yang diperoleh itu digunakan untuk membuktikan adanya keragu-raguan terhadap informasi atau pengetahuan tertentu. Selanjutnya ada pengembangan yang berarti memperdalam dan memperluas pengetahuan yang pernah ada (sugiono,2016:3).

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disusun, maka penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sugiono (2016:9) metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data yang dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Sugiyono (2016:147) Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul, penyajian data bisa melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, *pictogram*, perhitungan persentase, desil, percentil, dan perhitungan penyebaran data yang

bertujuan untuk memaparkan, menggambarkan, mengungkapkan pelaksanaan, dan memberi data seteliti mungkin, sistematis serta menyeluruh.

Peneliti memilih penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif dikarenakan peneliti ingin mengetahui persepsi - persepsi wajib pajak mengenai pemberlakuan PP No.23 Tahun 2018 untuk selanjutnya mengetahui apa saja pajak yang mereka bayarkan dan peneliti juga ingin mengetahui bagaimana dampak peraturan tersebut dalam mendukung pertumbuhan UMKM. Pembahasan yang ada dalam laporan ini disusun secara sistematis agar mudah dipahami oleh pembaca.

B. Fokus Penelitian

Menurut Sugiono (2016:207) salah satu asumsi tentang gejala dalam penelitian kualitatif adalah bahwa gejala dari suatu objek itu bersifat tunggal dan parsial. Berdasarkan gejala tersebut, penelitian kualitatif dapat menentukan variable-variabel yang akan diteliti. Gejala itu bersifat holistic (menyeluruh, tidak dapat dipisah-pisahkan), sehingga penelitian kualitatif tidak akan menetapkan penelitiannya hanya berdasarkan variable penelitian, tetapi keseluruhan situasi sosial yang diteliti yang meliputi aspek tempat, pelaku, aktivitas yang berinteraksi secara sinergis. Luasnya permasalahan yang akan diteliti, maka peneliti akan membatasi masalah penelitian hanya dalam satu atau lebih variabel. Batasan masalah dalam penelitian kualitatif inilah yang biasa disebut dengan fokus penelitian yang berisi pokok permasalahan yang bersifat umum.

Mengingat luasnya masalah tentang penerapan PP 23 Tahun 2018, maka peneliti mengambil fokus penelitian mengenai persepsi wajib pajak pengusaha konvensional, *e-commerce*, dan konvensional berbasis online terhadap PP 23 Tahun 2018. Unsur-unsur yang menjadi fokus penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Persepsi para pemilik UMKM di bidang Industri Kreatif subsektor *fashion* Konvensional, *E-commerce*, dan Konvensional berbasis online tentang penerapan PP No. 23 Tahun 2018 Dalam Mendukung Pertumbuhan UMKM.
2. Pengenaan kewajiban perpajakan pada UMKM dalam bidang Industri kreatif subsektor *fashion* :
 - a. Konvensional
 - b. *E-commerce Online marketplace*
 - c. Konvensional Berbasis Online

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Malang Jawa Timur dengan situs penelitian pada usaha kecil industri kreatif subsektor *fashion*. yang melakukan pemasaran dibidang Konvensional, *E-commerce*, dan Konvensional berbasis online. Alasan peneliti memilih Kota Malang sebagai lokasi penelitian adalah karena Malang merupakan salah satu kota yang berpotensi lebih dalam perkembangan UMKM berbasis industri kreatif subsektor *fashion*. Hal ini juga didukung dengan ketersediaan sumber daya manusia yang handal dan juga

tersedianya jaringan pemasaran yang lebih baik, karena Kota Malang merupakan kota yang telah dikenal di Indonesia sebagai Kota Pendidikan (Ananda dan Susilowati,2017)

D. Sumber data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder .

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian yang dapat berupa opini subjek (orang) baik secara individual maupun kelompok. Menurut Sugiyono (2016:137) “Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.” Sumber data primer pada penelitian ini berupa hasil catatan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada narasumber dari para pemilik UMKM yang menjalankan usahanya dibidang industri kreatif subsektor *fashion* yaitu :

a) Konvensional

1. Informan 1, seorang wanita berinisial R berusia 29 tahun pemilik UMKM di Kecamatan Lowokwaru.
2. Informan 2, seorang wanita berinisial K berusia 35 tahun pemilik UMKM di Kecamatan Lowokwaru.
3. Informan 3, seorang wanita berinisial L berusia 27 tahun pemilik UMKM di Kecamatan Lowokwaru.

b) E-commerce

1. Informan 4, seorang wanita berinisial AS berusia 23 tahun pemilik UMKM di Kecamatan Blimbing.
2. Informan 5, seorang wanita berinisial DM berusia 24 tahun pemilik UMKM di Kecamatan Lowokwaru.
3. Informan 6, seorang wanita berinisial D berusia 24 tahun pemilik UMKM di Kecamatan Blimbing.

c) Konvensional Berbasis Online

1. Informan 7, seorang wanita berinisial P berusia 28 tahun pemilik UMKM di Kecamatan Dau.
2. Informan 8, seorang wanita berinisial HP berusia 23 tahun pemilik UMKM di Kecamatan Lowokwaru.

Peneliti akan melakukan wawancara kepada delapan narasumber tersebut untuk memperoleh data yang nantinya data tersebut digunakan peneliti dalam penelitian ini. Dalam menentukan narasumber, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiono (2016:218) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti.

Pihak yang akan dijadikan sebagai informan atau responden dalam wawancara ini Owner atau pemilik UMKM industri kreatif subsektor *fashion*. Peneliti memilih

informan tersebut dengan alasan karena informan tersebut berkaitan langsung dengan kegiatan usaha yang bersangkutan. Tujuan dilakukannya wawancara adalah untuk memperoleh informasi tentang objek penelitian secara langsung dari informan yang kemudian hasil dari wawancara tersebut akan digunakan sebagai acuan untuk memperoleh jawaban atas apa yang sedang diteliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber lain yang berkaitan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2016:137) “Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, pihak peneliti mengumpulkan informasi dari data yang diolah oleh pihak lain.” Data sekunder berupa gambaran umum organisasi, teori-teori yang didapat dari buku atau jurnal ilmiah, Peraturan Presiden, Peraturan Pemerintah, Peraturan Menteri Keuangan, Surat Edaran, Situs laman online *e-commerce*, dan Informasi yang berbentuk data sekunder dari narasumber. Data sekunder ini sifatnya hanya sebagai pendukung keperluan data primer. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu :

1. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan dari Usaha Yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Penghasilan Bruto Tertentu.
2. Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.
3. Penelitian Terdahulu
4. Profil & struktur dari narasumber

5. Jurnal dan buku yang membahas mengenai penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh dan mengumpulkan data antara lain :

1. Teknik Wawancara
2. Menurut Sugiyono (2016:137) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlahnya sedikit. Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Jenis kegiatan wawancara yang peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah wawancara semistruktur. Sugiono (2016:115) menjelaskan jenis wawancara semistruktur ini termasuk dalam kategori *in-depth interview* dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara dapat diminta pendapat atau persepsi, dan ide-idenya.

3. Teknik Dokumentasi

Menurut Sugiono (2016:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya

monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Peneliti dapat mendokumentasi data-data yang dibutuhkan melalui catatan ataupun gambar dalam bentuk foto. Adapun dokumentasi yang menjadi sumber data peneliti adalah dokumen dan catatan yang berupa peraturan dan kebijakan yang berkaitan dengan UMKM, Industri Kreatif, dan juga PP No.23 Tahun 2018.

F. Instrumen Penelitian

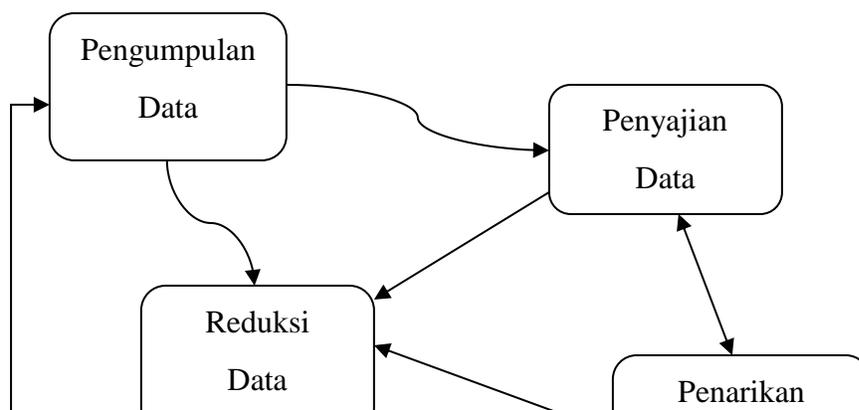
Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk menggali atau mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi.

1. Peneliti sendiri, dengan menggunakan seluruh panca indera yang dimiliki peneliti.
2. Pedoman wawancara (*Interview Guides*), yaitu daftar pertanyaan yang diberikan kepada informan secara lisan untuk dijawab dalam upaya mendapatkan data yang dibutuhkan untuk menjawab masalah penelitian.
3. Perangkat penunjang yang dibutuhkan meliputi buku catatan dan alat tulis serta *voice recorder* yang bertujuan mengumpulkan data agar lebih akurat.

4. Pedoman dokumentasi, dokumentasi melalui pengumpulan data berupa gambar dalam bentuk foto, file pada komputer, catatan. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi hal-hal yang berhubungan dengan PP No.23 Tahun 2018, UMKM, dan industri kreatif subsektor *fashion*.

G. Metode Analisis Data

Sugiono (2016:243) mengatakan bahwa dalam peneliian kualitatif, Teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih nama yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono,2016:246). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data model interaktif Miles and Huberman (*interactive model*) yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Menurut Miles and Huberman (1984) dalam Sugiono (2016:246), aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tunas, sehingga datanya sudah jenuh.



Gambar 2. Komponen dalam Analisis Data Model Interaktif Miles dan Huberman (*interactive mode*)

Sumber: Gambar diolah peneliti,2019

a) Reduksi data

Reduksi data adalah proses pemilihan data yang cukup banyak yang telah didapat dilapangan yang selanjutnya akan dilakukan pencatatan secara rinci dan teliti. Data yang telah direduksi akan memerikan gambaran yang lebih jelas, memudahkan untuk melakukan pengumpulan data, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Mereduksi data juga bertujuan agar hasil penelitian dapat memberikan informasi dan gambaran yang jelas sesuai dengan tema dan fokus penelitian.

b) Penyajian data

Setelah mereduksi data, maka langkah selanjutnya yang dilakukan adalah penyajian data. Penyajian data dilakukan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan acuan untuk mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data. Hal yang paling sering digunakan untuk

penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Selanjutnya juga disarankan, dalam melakukan display data peneliti juga dapat menyajikan data dalam bentuk grafik, matrik, *network* (jejaring kerja), dan *chart* (Sugiono,2016:249).

c) Penarikan kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran obyek yang sebelumnya masing remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti lebih jelas, dapat berupa hubungan klausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

H. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data pada penelitian ini adalah triangulasi. Menurut Sugiyono (2016:273) “Triangulasi dalam pengujian keabsahan data merupakan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu”. Terdapat tiga jenis triangulasi yang dijelaskan oleh Sugiyono (2016:274) yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu.

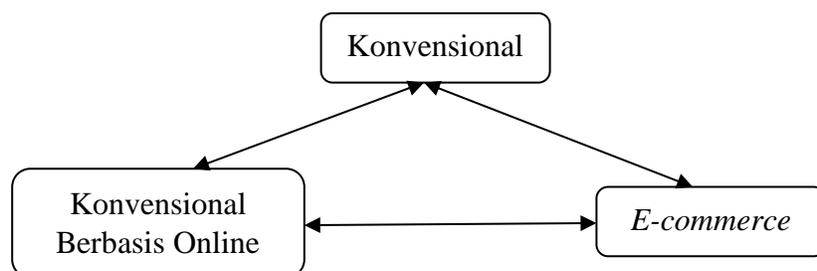
1. Triangulasi sumber digunakan untuk menguji keabsahan data dengan cara mengecek data dari beberapa sumber.
2. Triangulasi teknik digunakan untuk menguji keabsahan data dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

3. Triangulasi waktu digunakan untuk menguji keabsahan data dengan cara melakukan pengecekan dengan teknik yang sama dalam waktu atau situasi yang berbeda.

Pengujian keabsahan data pada penelitian ini adalah menggunakan triangulasi sumber dan teknik.

a) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan peneliti dengan cara melakukan pengecekan data yang diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan kepada tiga narasumber yang UMKMnya bergerak dibidang konvensional, tiga narasumber dibidang *e-commerce*, serta 2 narasumber yang bergerak dibidang konvensional berbasis *online*. Perbandingan dilakukan untuk melihat perbedaan pernyataan yang dikeluarkan oleh informan-informan tersebut. Data hasil wawancara terhadap kedelapan narasumber tersebut selanjutnya dikumpulkan, dikategorikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, mana yang spesifik dari keempat tersebut (Sugiono,2016:274). Penggunaan triangulasi sumber ini bertujuan agar data yang diperoleh lebih beragam sesuai dengan keinginan peneliti sehingga mempermudah peneliti dalam pengolahan data.

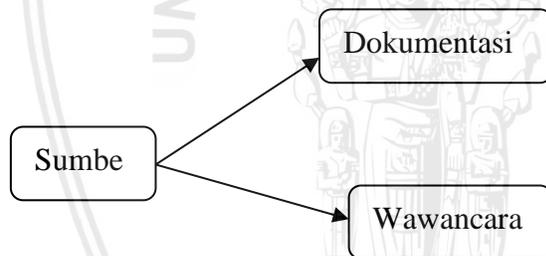


Gambar 3. Triangulasi Sumber

Sumber: diolah peneliti (2019)

b) Triangulasi Teknik

Pengecekan data dilakukan dengan teknik yang berbeda, misalnya melalui wawancara, dokumentasi atau kuisisioner. Sugiono (2016:274), menyatakan jika triangulasi teknik digunakan untuk menguji kreibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Hal tersebut bertujuan untuk menghasilkan data yang *valid* dan memperoleh gambaran yang utuh mengenai informasi yang ingin didapatkan.

**Gambar 4. Triangulasi Teknik**

Sumber: diolah peneliti (2019)

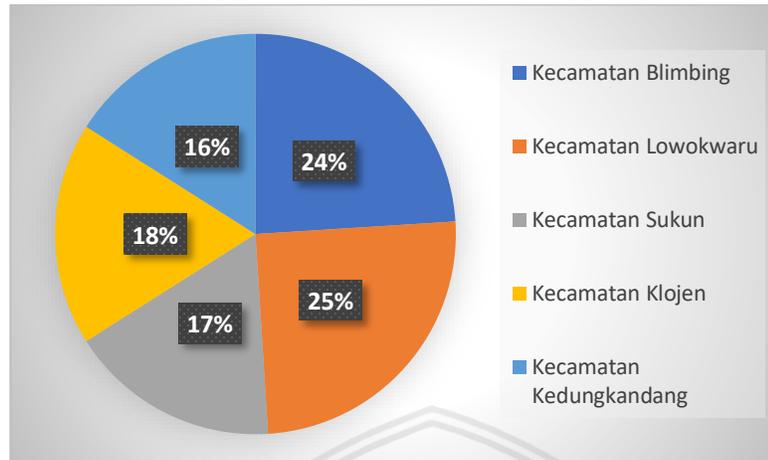
BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum UMKM di Kota Malang

Pembangunan Kota Malang yang dilaksanakan selama ini telah menunjukkan kemajuan di berbagai bidang kehidupan masyarakat, yang meliputi bidang pelayanan umum, ketertiban dan keamanan, ekonomi, lingkungan hidup, perumahan dan fasilitas umum, kesehatan, pariwisata dan budaya, pendidikan, serta perlindungan sosial. Pemerintah Kota Malang berupaya secara terus menerus untuk mengembangkan perekonomian daerah. Salah satunya adalah dibidang UMKM. Usaha mikro kecil dan menengah ini merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah.

Potensi-potensi yang ada pada UMKM tersebut sangat beragam, mengingat UMKM merupakan salah satu bentuk usaha kreatif, hal tersebut juga terlihat pada UMKM yang ada di Kota Malang yang memang mempunyai beragam usaha yang banyak. UMKM di Kota Malang terbagi dalam beberapa sektor usaha seperti *fashion*, makanan dan minuman, kerajinan, dan lain-lain. UMKM yang ada di Kota Malang tersebar di 5 (lima) Kecamatan dengan jumlah UMKM yang datanya penulis dapatkan dari website Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Malang Tahun 2018 dapat dilihat dalam tabel dibawah :



Gambar 5. Jumlah UMKM yang tersebar di Kota Malang

Sumber: dinkop.malangkota.go.id

Dari gambar di atas adalah jumlah UMKM yang bisa bertahan dan dapat berkembang, dimana pada tahun 2018 terdapat 99.125 UMKM yang sudah tersertifikasi dan sudah mendapatkan fasilitas dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Malang. Belum lagi dengan UMKM yang belum terdata dan terdeteksi oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Malang. Tetapi dari tahun ke tahun statistik penerimaan pajak sektor UMKM di Kota Malang terus mengalami peningkatan.

1. UMKM berbasis Industri Kreatif di Kota Malang

Kota Malang memiliki potensi ekonomi kreatif yang melimpah untuk dapat dikembangkan. Potensi ekonomi kreatif tersebut pada gilirannya akan berkorelasi erat dengan pengembangan dan pertumbuhan ekonomi maupun peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kota Malang. Ternyata UMKM yang ada di Kota Malang sebagian besar merupakan subsektor ekonomi kreatif, berdasarkan hasil

penelitian yang dilakukan oleh Sopanah, dkk (2018) peneliti mendapatkan data berupa jumlah UMKM berbasis industri kreatif di Kota Malang pada tahun 2018.

Berikut adalah data yang peneliti dapatkan :

NO	JENIS	JUMLAH			TOTAL
		KOTA MALANG	KAB. MALANG	KOTA BATU	
1.	Kuliner	525	233	426	1184
2.	Fashion	88	82	19	189
3.	Kriya	101	103	117	321
4.	Seni Rupa	17	4	8	29
5.	Penerbitan	12	5	7	24
6.	TV/Radio	35	1	8	44
7.	Film animasi dan video	20	10	18	48
8.	Periklanan	21	6	10	37
9.	Music	20	3	10	33
10.	Seni pertunjukan	27	20	13	60
11.	Fotografi	11	4	7	22
12.	Arsitektur	20	21	6	47

13.	Aplikasi game development	3	2	2	7
14.	Desain produk	75	4	8	87
15.	Desain interior	18	4	6	28
16.	Desain komunikasi visual	6	4	21	31
	Total	999	506	686	2.191

Tabel 3. Jumlah UMKM yang Bergerak dibidang Ekonomi Kreatif di Kota Malang

Sumber: Sopanah, dkk (2018)

2. Profil UMKM

Responden penelitian ini terdiri dari UMKM yang bergerak di bidang ekonomi kreatif subsektor *fashion* yang melakukan pemasaran yang berbeda-beda. Adapun profil masing-masing UMKM tersebut sebagai berikut:

Jenis Pemasaran	Umu r Pemi lik	Jenis Kelam in	Lama Berdir i Usaha	Jenis Usaha	Oms et/ bula n	Jumlah Karyawan	Status Perpajakan	
Konvensi onal	1.	27 tahun	P	7 Tahun	Kecil	40 Juta	3 orang	Wajib Pajak
	2.	35 tahun	P	4 Tahun	Kecil	70 juta	4 orang	Non Wajib Pajak

	3.	29 tahun	P	4 Tahun	Mikro	15 juta	2 orang	Wajib Pajak
<i>E-commerce</i>	1.	23 tahun	P	3 Tahun	Kecil	35 juta	4 orang	Wajib Pajak
	2.	24 tahun	P	3 Tahun	Mikro	25 Juta	2 orang	Wajib Pajak
	3.	24 tahun	P	3 Tahun	Mikro	-	1 orang	Non Wajib Pajak
Konvensional berbasis <i>Online</i>	1.	28 tahun	P	4 Tahun	Kecil	75 juta	9 orang	Wajib Pajak
	2.	23 tahun	L	6 Tahun	Kecil	-	8 Orang	Wajib Pajak

Tabel 4. Profil Informan Pelaku UMKM berbasis Industri Kreatif subsektor *fashion*

Sumber : diolah peneliti (2019)

B. Penyajian Data

- 1) Persepsi para pemilik UMKM di bidang Industri Kreatif subsektor *fashion* Konvensional, *E-commerce*, dan Konvensional berbasis online

tentang penerapan PP No. 23 Tahun 2018 Dalam Mendukung Pertumbuhan UMKM.

Pada tahun 2013 pemerintah membuat kebijakan pajak yaitu Peraturan Pemerintah No. 46 Tahun 2013 yang berlaku mulai tanggal 1 Juli 2013. PP ini memberikan tarif pajak sebesar 1% dari jumlah omset WP yang tidak melebihi 4,8 miliar dalam satu tahun masa pajak. PP ini dibuat pemerintah dengan tujuan agar WP semakin patuh, kemudian mendorong untuk melaksanakan kewajiban perpajakan sehingga target pajak dapat tercapai khususnya pajak para pelaku UMKM. Namun realisasinya, penerimaan pajak setelah diberlakukan tarif 1% dari omset belum mencapai target (Fauzi Ahmad dkk, 2016 dalam Tatik, 2018).

Pemerintah akhirnya mengeluarkan dan menerbitkan kebijakan penurunan tarif pajak penghasilan (PPh) dari 1% menjadi 0,5% bagi para pelaku UMKM, kebijakan itu tertuang pada PP No. 23 Tahun 2018 yang resmi menggantikan PP sebelumnya yaitu PP No. 46 Tahun 2013. Beban pajak yang ditanggung UMKM kini menjadi semakin kecil, sehingga para pelaku UMKM memiliki kemampuan ekonomi yang lebih besar untuk mengembangkan investasi. Penurunan tarif ini diharapkan mampu menutupi beban operasional yang selama ini dirasakan para pelaku UMKM semakin hari semakin berat, yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan profit dan secara global akan meningkat dan menumbuhkan gairah di dunia usaha khususnya UMKM.

Pengenaan tarif PPh Final ini punya batasan waktu yang berbeda untuk berbagai subjek pajak. Batasan waktu yang diberikan pemerintah bagi WP yang ingin memanfaatkan tarif PPh ini adalah pertama, 7 tahun pajak untuk WP orang pribadi. Kedua, 4 tahun pajak untuk WP badan berbentuk koperasi, CV, atau firma. Ketiga, 3 tahun pajak untuk WP badan berbentuk PT. Adapun jangka waktu dihitung sejak tahun pajak berlaku bagi WP lama, dan sejak tahun pajak terdaftar bagi WP baru.

Setelah batas waktu tersebut berakhir, WP akan kembali menggunakan skema normal seperti yang diatur dalam pasal 17 UU PPh. Mereka harus menyelenggarakan pembukuan atau menyusun laporan keuangan dengan rapi, serta membayar pajak penghasilan berdasarkan tarif umum sesuai Undang-undang PPh. Tidak ada alasan lagi tidak bisa membuat pembukuan, karena periode waktu yang diberikan sudah cukup bagi UMKM untuk belajar menyusun laporan keuangan. Apalagi di era digital sekarang ini, bikin pembukuan sudah lebih mudah. Tinggal berselancar di dunia maya, keluarlah cara maupun aplikasi pembukuan sederhana yang bisa ditiru.

Dengan segala kemudahan dan kesederhanaan peraturan ini diharapkan para WP UMKM lebih sadar pajak sehingga punya kontribusi besar kepada Negara. Adanya jangka waktu dalam pemberlakuan tarif baru ini, diharapkan mampu memberikan waktu yang cukup bagi pelaku UMKM dalam mempersiapkan diri sebelum WP tersebut melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya secara umum

sesuai dengan ketentuan undang-undang pajak penghasilan. Kebijakan ini juga memberikan keadilan kepada pelaku UMKM yang telah mampu melakukan pembukuan sehingga WP dapat memilih untuk dikenai pajak penghasilan berdasarkan tarif umum UU Pajak Penghasilan. Hal ini juga memberikan sisi positif yaitu para WP baik OP maupun Badan suka dan tidak suka akan melaksanakan administrasi perusahaan lebih tertib dan terkontrol sehingga pada akhirnya owner dan stackholder perusahaan mempunyai informasi yang cepat dan akurat terkait kinerja perusahaan dalam satu tahun pembukuan.

Meskipun PP No. 23 Tahun 2018 ini secara teknis masih memerlukan turunan dalam bentuk PMK (Peraturan Menteri Keuangan), tetapi PP ini sudah dan sedang berlaku dan manfaatnya sudah bisa langsung dirasakan dunia usaha khususnya UMKM. Peraturan ini juga berlaku untuk usaha dibidang *e-commerce* yang memiliki peredaran bruto tertentu atau tidak melebihi 4,8 Milyar pertahun, begitu pula dengan pelaku UMKM yang memiliki toko konvensional dan *marketplace*, omset keduanya harus dijumlahkan lalu dikenakan pajak yang sama. Karena pada dasarnya tidak ada perbedaan pemberlakuan perpajakan antara *e-commerce* dengan konvensional dalam tarif, objek, maupun subjek, tetapi hanya berbeda dalam hal cara atau alat yang digunakan dalam pemasaran saja.

Kebijakan PPh bagi pelaku UMKM ini 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% dinilai memberatkan pelaku UMKM dan sering dikeluhkan oleh pelaku UMKM.

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa narasumber terkait dengan penerapan PP No. 23 Tahun 2018 ini, ada beberapa pelaku usaha yang tergolong UMKM mengetahui dan tidak mengetahui terkait penerapan peraturan ini. Salah satunya terjadi pada informan 2, 4 dan 6 selaku pemilik UMKM dibidang industri kreatif subsektor *fashion*. Informan tersebut kurang memahami adanya penerapan kewajiban perpajakan bagi UMKM. Hal ini terbukti dengan pernyataan informan 2 sebagai berikut :

“Tidak paham saya mbak soal itu hehe (pengetahuan mengenai PP No.23 Tahun 2018), saya cuma tau pajak atas kendaraan bermotor sama PBB selain itu urusan suami saya. Iya mbak dengar sekilas saya belum pernah sepertinya. Sosialisasi dari pemerintah pajak yo gak ada mbak. Saya masyarakat awam mana tau peraturan pajak sampai detail gitu” (Wawancara, 1 Juni 2019)

Pernyataan yang berbeda disampaikan oleh informan 4 sebagai berikut:

“Saya tidak tau mbak peraturan itu (pengetahuan tentang PP No.23 Tahun 2018). pajak juga ribet mbak berbelit-belit prosesnya. Sosialisasi pajak juga belum pernah ada tentang peraturan-peraturan pajak” (Wawancara, 2 Juni 2019)

Berikut adalah pemaparan informan 6 saat di wawancara mengenai penerapan PP No. 23 Tahun 2018 :

“Belum tau mbak (pengetahuan tentang PP No.23 Tahun 2018) saya juga belum pernah dengar tentang peraturan pajak itu. Sosialisasi dari pihak pajak belum pernah ada juga kok mbak, jadi ya saya tutup mata aja soal pajak. Apalagi usaha saya online susah juga untuk tau pajaknya” (Wawancara, 2 Juni 2019)

Pemahaman tentang penerapan PP No. 23 Tahun 2018 yang dimiliki beberapa pelaku usaha UMKM diatas masih sangat kurang. Informan 2, 4 dan 6 ini sama sekali tidak mengetahui apa itu PP No. 23 Tahun 2018, yang tentu saja tidak mengetahui kewajiban perpajakan yang melekat pada usaha yang mereka jalankan. Setelah peneliti mengonfirmasi kembali para informan tersebut melakukan pencatatan hanya untuk mengetahui laba dan rugi bukan untuk melaporkan pajak atas usaha yang dijalannya dan juga para informan tersebut tidak memiliki NPWP.

Informan 2 hanya mengetahui kewajiban perpajakan hanyalah membayar pajak kendaraan bermotor dan PBB yang merupakan pajak daerah dan tidak berhubungan dengan usaha yang dimiliki oleh UMKM konvensional. Menurut informan 2 juga kurangnya sosialisasi, himbauan dari pemerintah mengenai pajak UMKM yang menyebabkan ketidaktahuan beliau mengenai kewajiban perpajakan, padahal dari segi omset informan 2 ini telah memenuhi syarat subjektif dan objektif sebagai WP yang wajib menjalankan kewajiban perpajakan.

Berdasarkan pernyataan informan 6 UMKM yang dijalankan informan 6 ini dibidang *e-commerce* sehingga jika tidak membayar pajak tidak masalah karena sulit untuk mendeteksi pajaknya. Apalagi peraturan pajak tentang system online atau *e-commerce* ini masih menjadi perdebatan, karena belum ada peraturan yang pasti yang mengatur tentang pajak *e-commerce*. Padahal pada dasarnya pajak atas UMKM konvensional dan *e-commerce* atau marketplace tidak ada perbedaan.

Menurut informan 4, ketidak pahamannya soal pajak yang membuatnya enggan membayar pajak. Selain itu juga pajak yang dianggap ribet dan rumit menjadi salah

satu faktor beliau tidak menjalankan kewajiban perpajakannya. Informan 4 ini mengetahui adanya kewajiban perpajakan bagi warga negara yang sudah mempunyai penghasilan. Sama seperti informan 6, informan 4 ini juga menjalankan usahanya di bidang *e-commerce*.

Berbeda dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan terhadap informan 1, 3, 5, 7 dan 8. Para informan tersebut sudah jauh lebih memahami dan mengetahui mengenai peraturan ini, ada juga yang sudah menjalankannya dengan baik sesuai dengan aturan yang berlaku. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan informan 1 yaitu :

“Untuk penerapan PP No. 23 Tahun 2018 saya paham kok itu kan yang penurunan tarif 1% jadi 0,5% terus batas waktunya ada juga diperaturan sekarang. Saya awalnya dengar diradio terus saya cari tau di internet sih sama tanya orang kantor pajak ” (Wawancara, 1 Juni 2019)

Informan 1 ini sudah menjalankan kewajiban perpajakannya sejak 5 tahun yang lalu atau sekitar tahun 2015. Omset yang didapat yaitu sebesar 40 Juta setiap bulan, hal ini juga dapat memperkuat bahwa informan 1 memang patut dinyatakan sebagai WP. Berdasarkan pernyataan informan 1 beliau mengetahui adanya penurunan tarif PP No. 23 Tahun 2018 ini melalui radio yang ada di Kota Malang. Beliau termasuk WP yang patuh dan memiliki kesadaran akan kewajiban perpajakannya.

Sama halnya dengan informan 3, beliau juga termasuk WP yang mengerti tentang penerapan PP No. 23 Tahun 2018 ini. Hal itu dibuktikan dengan :

“Oh ngerti kok mbak soal PP No. 23 Tahun 2018 iu. Kalau untuk PP terkait penurunan tarif ini saya taunya itu waktu ada sosialisasi di sekitar kampung ini, tapi sepertinya itu bukan dari pihak pajaknya sepertinya kalau saya tidak salah ingat dari mahasiswa gitu mbak” (Wawancara, 2 Juni 2019)

Pendapat yang berbeda disampaikan oleh informan 5, berikut pemaparannya :

“Saya belum terlalu paham soal penerapan PP No. 23 itu mbak, tapi sekilas pernah ada muncul di iklan yahoo saya. Saya Cuma baca sekilas sih ada penurunan tarif gitu setau saya” (Wawancara, 31 Mei 2019)

Selanjutnya adalah pernyataan informan 7, mengenai penerapan PP No. 23 Tahun 2018 yaitu :

“ Kalau tidak salah tentang penurunan tarif 1% ke 0,5 itu ya, saya Taunya dari TV jatim. Setelah itu saya coba cari tau kan, saya tertarik karena adanya penurunan itu. Sejauh ini sih lumayan paham” (Wawancara, 3 Juni 2019)

Kemudian dari informan 8, pernyataannya mengenai penerapan PP No. 23 Tahun 2018 adalah :

“ tau mbak, saya kan bayar pajak pakai peraturan itu dengan tarif 0,5%. Awalnya itu 1% terus ada penurunan sejak 2018 pertengahan tahun itu kalau saya tidak salah ingat. Malah awalnya saya Cuma tau tarifnya tidak tau soal itu terdapat diperaturan mana nomor berapa gitu hehe” (Wawancara, 3 Juni 2019)

Setelah melakukan wawancara kepada beberapa informan, secara tidak langsung penerapan PP No. 23 Tahun 2018 ini belum sepenuhnya terlaksana dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan masih adanya WP khususnya pelaku UMKM yang belum mengetahui tentang penerapan PP No. 23 Tahun 2018 ini. Salah satu penyebabnya karena kurangnya sosialisasi, publikasi, dan himbauan dari pemerintah tentang kepatuhan dan kesadaran perpajakan khususnya pada pelaku UMKM dibidang industri kreatif. Kurangnya kepekaan dan kesadaran para wajib pajak pemilik UMKM terhadap kewajiban perpajakan juga bisa menjadi salah satu penyebabnya.

Tetapi kedelapan informan tersebut mengapresiasi tentang penerapan PP No. 23 Tahun 2018 dengan kebijakan baru penurunan tarif pajak bagi UMKM tersebut. Semua informan bersedia membayar pajak dengan tarif baru tersebut. Mereka juga berharap mendapatkan sosialisasi perpajakan bagi UMKM dapat diperoleh segera sehingga mendukung mereka untuk patuh terhadap kewajiban perpajakan dalam bidang konvensional, *e-commerce*, maupun konvensional berbasis *online*.

Secara kognitif, para pemilik UMKM mampu berpikir berdasarkan alasan-alasan ilmiah. Apalagi kemampuan mereka untuk melihat dari perspektif juga muncul, sehingga tampak bahwa mereka mampu melihat persoalan secara kritis. Mereka tidak akan memproses informasi serta mengadaptasikannya dengan pemikiran mereka sendiri.

Seperti halnya manusia lainnya, para pemilik UMKM juga mempunyai kemampuan untuk mempersepsikan berbagai hal dilingkungannya. Menurut pendapat Sugihartono, dkk (2007: 8) bahwa persepsi merupakan proses untuk menerjemahkan atau menginterpretasi stimulus yang masuk dalam alat indera. Selain itu juga, karena persepsi merupakan aktifitas yang *integrated*, maka seluruh apa yang ada pada individu seperti perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, kerangka acuan dan aspek-aspek lain akan ikut berperan dalam persepsi tersebut.

Setiap orang mempunyai kecenderungan dalam melihat benda yang sama dengan cara yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut bisa dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah pengetahuan, pengalaman dan sudut pandangnya. Dalam

hal ini, peneliti berupaya mengungkapkan persepsi para WP para pelaku UMKM industri kreatif tentang penerapan PP No. 23 Tahun 2018 dengan kemampuan melihat persoalan secara kritis namun juga dipengaruhi oleh perasaan, pengalaman, dan kemampuan berpikir, ataupun aspek-aspek lain dalam diri WP tersebut.

Pada bulan Juli Tahun 2018, pemerintah telah membuat kebijakan baru mengenai 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 pada tanggal 1 Juli 2018. Kebijakan ini bertujuan untuk membuat WP semakin patuh, kemudian mendorong untuk melaksanakan kewajiban perpajakan sehingga target pajak dapat tercapai khususnya pajak para pelaku UMKM, hal itu dikarenakan PP ini telah memberi kemudahan bagi WP dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Dengan diterbitkannya peraturan baru tersebut menimbulkan atau memunculkan berbagai macam persepsi masyarakat, pemerintah, maupun para pengusaha. Penelitian ini dikhususkan pada para WP pemilik UMKM konvensional, *e-commerce*, dan konvensional berbasis *online* dibidang industri kreatif subsektor *fashion*. Yang pertama ada persepsi dari informan 1, beliau seorang pelaku usaha UMKM konvensional yang bergerak dibidang industri kreatif *fashion* terutama baju dan tas.

“ kalau untuk PP ini yang pastinya agak meringankan UMKM. Karena adanya penurunan tarif kan. Bisa saya katakan semenjak ada penurunan tarif ini laba saya tentunya naik. Kalau laba naik kan otomatis saya bisa mengembangkan usaha ini

lagi contohnya dengan memperbanyak stok barang, atau mungkin bisa buka booth lagi dimall lain. Dengan diberlakukannya PP ini juga membantu saya dalam proses pemenuhan kewajiban perpajakan. Tapi kurangnya sosialisasi membuat saya pribadi sebenarnya ya mbak kurang paham tentang peraturan ini seperti apa. Yang saya tau ya pokoknya ada penurunan tarif terus ada jangka waktunya gitu. Pada akhirnya saya memutuskan untuk mencari tau sendiri lewat internet ataupun tanya ke kantor pajak. Di sisi lain pemerintah mau kita taat pajak, tetapi tindakan dari pemerintah sendiri masih minim. Ya contohnya sosialisasi tentang pajak gitu ” (Wawancara, 1 Juni 2019)

Kemudian ada persepsi yang di utarakan oleh informan 2, beliau merupakan pelaku usaha UMKM konvensional yang sebetulnya tidak mengetahui tentang penerapan PP No. 23 Tahun 2018 ini, namun setelah peneliti mencoba menjelaskan kepada beliau mengenai penerapan PP No. 23 ini, akhirnya beliau sudah mulai memahami dan mencoba memberikan pendapatnya.

“ kalau saya coba memahami tentang PP yang mbak jelaskan tadi, kalau ada penurunan ya mungkin lebih memudahkan dan meringankan ya dibanding dengan peraturan yang sebelumnya. Saya sendiri kan belum membayar pajak sesuai dengan PP ini jadi saya belum merasakan manfaatnya untuk usaha saya sendiri sih mbak. Nah itu dia (sosialisasi) pemerintah sendiri kurang adanya pemberitahuan maupun himbauan gitu soal tata cara membayar pajak untuk masyarakat awam kyk saya contohnya. Saya usaha ya usaha aja ya mbak, mikir pajak belum ada walaupun ya usaha saya sudah tergolong lama. Tapi buktinya bebas aja dari jangkauan pajak pemerintah hehe ” (Wawancara, 1 Juni 2019)

Berikutnya persepsi dari informan 3, pelaku UMKM konvensional juga sama halnya dengan informan 1 dan 2.

“ penerapan PP No. 23 Tahun 2018 sejauh ini pasti menguntungkan bagi saya dan mungkin UMKM yang lain mbak, Namanya jga penurunan ya. Ya betul mbak, keadilanya juga ya. Jadi kalau omset tidak terlalu besar its okay untuk tetap baya pajak. Nah saya termasuk WP yang sebelumnya sempat bayar dengan tarif 1% kan mbak, setelah sekarang sudah turun jadi 0,5% selisih dari setelah penurunan itu, saya gunakan untuk tambah modal untuk ngambil baju lebih banyak lagi. Sama mungkin mau sewa ruko bukan dirumah lagi hehe Aamiin. Pasti mbak (pertumbuhan UMKM), pasti akan membuat usaha-usaha sejenis ini semakin berkembang dan bertumbuh karena adanya kemudahan dan keringanan itu mbak.

tapi ada jangka waktunya itu yg bikin gupuh apa sih gupuh panik haha. Tapi jangka waktu lumayan lama kok untuk belajar pembukuan yang baik dan benar. Saran untuk pemerintah sih, harus lebih gencar-gencarnya sosialisasi soal pajak UMKM ini, soalnya mungkin masih banyak yang bingung soal pajak ini. Apalagi masyarakat awam yang baru mulai UMKM terus sudah disuruh bayar pajak pasti bingung dan panik ya. Itu aja sih mbak” (Wawancara, 2 Juni 2019)

Persepsi dari ketiga informan diatas merupakan persepsi dari para UMKM konvensional yang bergerak dibidang industri kreatif subsektor *fashion*. Dari hasil wawancara kepada ketiga informan UMKM konvensional tersebut ada 2 informan yang telah mengetahui penerapan PP No. 23 Tahun 2018 ini. Dan 1 informan lainnya belum mengetahui adanya penerapan PP No. 23 Tahun 2018.

Beberapa persepsi juga disampaikan oleh pelaku UMKM yang memiliki toko *online* atau *e-commerce*.

“Setelah dengar penjelasan mbak tadi, seandainya saya bayar pajak mungkin agak meringankan juga sih karena kan adanya penurunan tarif kan. Dimana mana yang namanya menurunkan pasti meringankan hehe. Karena saya belum membayar pajak yang mungkin seharusnya saya bayarkan, jadi belum ada dampak ataupun manfaat dari pajak penerapan tarif baru ini sih. Tapi kalau ilustrasinya seperti yang mbak jelaskan tadi, selisih untung dari penurunan tarif saya mungkin gunakan untuk pengembangan usaha lagi, saya kan online shop nih bisa untuk endorse artis hehehe. Alangkah lebih baik di lakukan sosialisasi gitu yak sama online2 shop gitu. Pengguna e-commerce biar lebih paham soal pajak yang harus di bayarkan . apalagi seperti saya yang buta banget soal pajak. Mungkin kemauan dari diri juga harus ada ya untuk taat pajak. Tapi ya mau gimana mbak, dari saya pribadi harus ada dorongan lebih dari pemerintah sih dan tindakan tegas baru mungkin ada kemauan dari masyarakat untuk lebih taat pajak”. (Wawancara, 2 Juni 2019)

Kutipan wawancara diatas merupakan persepsi yang diutarakan oleh informan 4. Berikut adalah persepsi yang di sampaikan oleh informan 5, beliau juga memberikan persepsi bahwa penerapan PP ini meringankan para pelaku UMKM karena adanya penurunan tarif. Hal ini dibuktikan dengan :

“ Saya sudah dengar nih penjelasan tentang PP 23 itu, menurut saya mungkin sedikit meringankan UMKM ya. Karena kan adanya penurunan itu. Oh ya semua jawaban meringankan ya ? ya emag gitu sih. Tujuan pemerintah juga pasti untuk meringankan kan. Mungkin kalau orang yang paham pajak mbak, mungkin akan kebantu. Tapi menurut saya sendiri, pemerintah menetapkan tarif dan peraturan baru itu tapi kurangnya pemberitahuan kepada masyarakat khususnya kita kan di bidang online gini. Kita bingung pajak apa yang harus kita bayar seharusnya. Apakah sama dengan jualan biasanya atau beda. Sosialisasi sih mbak. Tapi dari kitanya juga mungkin kurang ada kemauan untuk mencari tau, karna pajak sendiri ya ribet kan mbak. Jadi saya pribadi malas sih mbak nyari tau soal pajak dll gitu. Alangkah lebih baiknya pemerintah lebih melakukan sosialisasi dan upaya2 agar kita para online shop memahami pajak yang seharusnya kita bayarkan. Kalau untuk yang punya toko gitu mungkin ada ya mbak jelas penerapan pajaknya gmn. Kalau online shop kan belum ada setau saya. Mungkin pengetahuan saya sendiri soal pajak masih minim ya. “ (Wawancara, 31 Mei 2019)

Selanjutnya adalah persepsi dari informan 6 tentang PP No. 23 Tahun 2018 :

“ Oh jadi peraturan itu penurunan tarif ya mbak. Kalau menurut pendapat saya setelah dengar penjelas mbak tentang peraturan itu mungkin ya memudahkan dan meringankan UMKM. Seandainya saya sudah membayar pajak dari tarif yang lama sampai tarif yang baru ini, mungkin selisih dari keuntungan penurunan tarif itu saya manfaatkan mungkin untuk nabung untuk beli mesin jait yang lebih bagus lagi hehe. saya juga yakin UMKM yang taat pajaknya juga sebagian besar akan merasa terbantu dengan penurunan tarif ini. Tetapi kita liat lagi usaha lain apa dari pemerintah agar peraturan ini sampai kepada masyarakat dengan baik dan mudah dipahami. Apalagi kan masyarakat awam yang gak ngerti soal pajak. Contohnya saya sekarang kan masih bingung pajak apa saja yang harus saya bayarkan. Iya benar, kayak sosialisasi ataupun penyuluhan yang gencar-gencar dari pemerintah. Pemerintah kan mau kita masyarakat Indonesia taat pajak, tapi kurangnya sosialisasi saya rasa jadi salah satu pemicu kurangnya wajib pajak patuh deh mbak” (Wawancara, 2 Juni 2019)

Kutipan wawancara diatas merupakan pemaparan persepsi dari pada wajib pajak pelaku UMKM dibidang industri kreatif subsektor fashion yang memiliki *marketplace* atau *e-commerce*. Dari ketiga informan diatas tidak ada satupun yang memahami betul mengenai PP No. 23 Tahun 2018 ini. Namun peneliti berusaha

menjelaskan tentang penerapan PP No. 23 Tahun 2018 agar para informan dapat memberikan persepsi mereka mengenai penerapan PP No. 23 Tahun 2018 ini.

Berikutnya ada persepsi dari para pelaku UMKM industri kreatif subsektor *fashion* memiliki toko fisik sekaligus *marketplace (e-commerce)* atau konvensional berbasis *online*.

“Oh bener ternyata hehe, pernah saya dengar di jatim TV kalau gak salah tuh. Pendapat saya sih, ya pasti menguntungkan ya. Seperti yang mbak jelaskan juga, tata caranya hanya omset di kali sm tarifnya. Ya dipermudahlah sama pemerintah. Pastikan ada selisih ya antara penurunan tarif itu. Tapi sejauh ini saya membayar pajak ya kadang besar, kadang stabil, kadang turun mungkin tergantung omsetnya ya. Tapi kalau ada selisih itu saya gunakan untuk modal lagi sih. Tapi mbak dalam prakteknya nih ya, masih banyak loh masyarakat yang belum paham tentang peraturan perpajakan. Bahkan ada yang sama sekali gak tahu, iya kan mbak ? yakin deh saya. Contohnya saya ya, untung saya ada kesaran untuk membayar pajak ini padahal saya ya belum terlalu paham. Sebaiknya pemerintah lebih giat melakukan publikasi kali ya mengenai penerapan peraturan apapun soal perpajakan” (Wawancara, 3 Juni 2019)

Persepsi diatas merupakan persepsi yang disampaikan oleh informan 7. Yang terakhir merupakan persepsi dari informan 8 :

“ Oalah penurunan tarif itu ada di peraturan itu toh. Saya Taunya Cuma tarif aja, gak tau ada di peraturan mana dan berapa gitu. Untuk bayar pajak saja saya inisiatif tanya ke teman saya yang kerja dikantor pajak itu. Ya gmn mbak, Alhamdullilah usaha ini sudah mulai maju pasti ada kesadaran untuk bayar pajak hehe. Walaupun belum sepenuhnya mungkin tapi ya bayar aja pokoknya. Selisih tarif sebelumnya dan tarif baru ini saya putar lagi buat modal awal mbak. Saran seperti apa mbak ? oalah iyaiya bener harus ada sosialisasi yang tegas dari pemerintah ini hal ini. Apalagi di bidang online kan apa ya mbak, gak keliatan gitu loh proses penjualanya. Pasti banyak yang melanggar sihm gak mau bayarlah apalah. Kembali ke kesadaran diri juga sih lebih tepatnya hehe” (Wawancara, 3 Juni 2019)

Berdasarkan dari beberapa persepsi dari informan diatas dapat diketahui pemberlakuan PP No. 23 Tahun 2018 ini sejauh belum maksimal. Wajib pajak pelaku UMKM yang menjadi informan ini sebagian besar belum memahami tentang PP No. 23 Tahun 2018. Selain itu dari beberapa informan penelitian WP yang sudah memahami PP ini juga banyak yang belum mengetahui dengan jelas teknis pelaksanaan PP No. 23 Tahun 2018 ini.

Para informan beranggapan bahwa sosialisasi, publikasi, dan edukasi yang dilakukan pemerintah masih sangat minim terkait dengan PP No. 23 Tahun 2018. Mengenai sikap sadar membayar WP UMKM selaku wajib pajak juga menjadi salah satu faktor belum maksimalnya penerapan PP ini. Tetapi dengan diterapkannya penurunan tarif menjadi 0,5% ini pada dasarnya dianggap meringankan para UMKM dibandingkan dengan tarif sebelumnya yaitu sebesar 1%. Bagi para informan yang sudah menjalankan kewajiban perpajakan dari tarif sebelumnya kemudian beralih ke tarif yang sekarang, selisih dari laba yang didapatkan bisa digunakan untuk mengembangkan usaha mereka yang secara tidak langsung dapat meningkatkan pertumbuhan UMKM industri kreatif.

2) Pengenaan kewajiban perpajakan pada UMKM dalam bidang Industri kreatif subsektor *fashion*

Penerimaan pajak adalah hal penting yang memberikan kontribusi sumber dana terbesar bagi pembangunan negara. UMKM adalah salah satu wajib pajak yang memiliki peran penting dalam penerimaan pajak itu sendiri. Pengenaan

kewajiban perpajakan bagi UMKM konvensional, *e-commerce*, maupun konvensional berbasis online pada dasarnya pastinya pengenaan pajaknya berbeda, tidak signifikan mungkin perbedaannya, tetapi pasti terdapat perbedaan tergantung situasi dan kondisi bagaimana UMKM itu dijalankan.

a) Konvensional

Seperti yang di utarakan beberapa pelaku UMKM dibidang konvensional dibawah ini, yang pertama dari informan 1 seorang wanita berusia 29 Tahun yang minta di rahasiakan identitasnya pemilik usaha fashion busana muslim ini mengatakan :

“ Sejak 5 tahun menjadi WP, 2 tahun pertama kan usaha saya belum terlalu mendapatkan untung/omset yang banyak. Jadi saya belum membayar pajak. Setelah alhamdulillahnya 3 tahun terakhir usaha saya sudah maju. Mulailah saya membayar pajak atas usaha ini yaitu 1% tapi kan skrng sudah turun kan jadi 0,5%. Nah saya kan sewa booth di dalam mall tuh. Saya gak kena pajak sepertinya mbak, jadi ya saya Cuma bayar sewa aja. Tapi sepetinya uang sewa itu sudah sama pajaknya juga deh mbak. Saya bayar pajak segitu, karena saya rasa omset saya belum 4,8 M pertahun. Jadi masih bisa ikut pajak 0,5% itu. Aduh mbak, kalau untuk karyawan saya belum pungut pajak kasihan gajinya saja belum seberapa.”
(Wawancara, 1 Juni 2019)

Berikut hal yang diutarakan oleh informan 2 pemilik usaha di bidang konvensional, masih di bidang fashion pakaian wanita. Pemiliknya seorang wanita berumur 35 Tahun yang sudah menjalankan usahanya 4 Tahun, beliau mengatakan bahwa :

“ Belum mbak, saya belum pernah bayar pajak selama mendirikan usaha ini. Karena saya ya gak tau soal pajak pajak mbak. Bayar pajak paling ya pajak motor. Waduh mbak nanya soal pajak ya, saya kira tentang pemasaran. Saya tidak baca baik-baik surat penelitiannya mbak. Kalau soal pemasaran saya masih paham, kalau pajak mbak saya gak tau. Kalau untuk toko yang saya sewa toko ini ya saya

Cuma bayar uang sewa saja. Untuk pajak bangunanya mungkin yang menyewakan yang membayarnya” (Wawancara, 1 Juni 2019)

Selanjutnya adalah penuturan dari pemilik usaha masih di bidang konvensional di bidang fashion tas dan pakaian, saat di tanya tentang pajak apa yang selama ini dibayarkan atas usahanya informan 3 ini menjawab:

“ Pajak ya, kan ini saya buka tokox dirumah. Ya saya bayar tentu saya bayar PBB atas rumah ini ya. Toko ini kan termasuk rumah ini, sama ya saya bayar 0,5% dari omset sih. Saya rasa usaha saya ini tergolong UMKM. Apa sih mbak pajaknya, cuma 0,5% aja kan. Itu juga barubaru ini diturunin.” (Wawancara, 2 Juni 2019)

UMKM yang memiliki omzet dibawah 4,8Miliar pertahun disarankan oleh pemerintah memilih PP No. 23 Tahun 2018, hal itu dikarenakan tarifnya yang cukup meringankan para UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakanya.

b) *E-commerce Online Marketplace*

Beda halnya dengan yang di ungkapkan oleh pelaku UMKM di bidang *e-commerce online marketplace*, pajak *e-commerce* memang lagi jadi trending tahun ini. Tanggal 30 Maret 2019 kemaren baru saja di tarik PMK yang mengatur tentang pajak atas transaksi *e-commerce* yang seharusnya akan di terbitkan pada tanggal 1 April 2019 dengan alasan pemerintah merasa perlu berkoordinasi lebih dalam untuk memastikan agar pengaturan *e-commerce* tepat sasaran, adil, efisien, serta tetap mendorong pertumbuhan ekosistem ekonomi digital. Berikut adalah pernyataan dari informan 4 sebagai pelaku UMKM di bidang *e-commerce* saat peneliti menanyakan tentang pengenaan pajak atas usaha yang dijalankan, yang pertama dari wanita berumur 24 tahun pelaku UMKM yang menjual barangnya melalui *Instagram*, *whatsapp*, dan juga *facebook* :

“ Untuk usaha ini sendiri saya belum pernah bayar pajak apa2 sih mbak. Karena yang saya pikir kan omset juga belum terlalu besar2 juga. Tapi kalau di tanya kemauan untuk bayar pajak, pasti ada mbak. Cuma untuk sekarang sih mungkin karena belum ngerti jadi masih ogah-ogahan hhe. Tapi pajak itu kayaknya ribet ya mbak, alurnya itulah sepertinya haduh. Oh ya mbak ? bisa pakai jasa konsultan ? astaga mahal juga mbak. Ya mungkin secepatnya saya akan menjalankan kewajiban perpajakan atas usaha ini ya hehe Masih belum bayar pajak apa-apa saya mbak, belum telalu paham juga tentang pajak yang harus saya bayar atas usaha yang saya jalani ini. Tapi kemaren NPWP saya buat karena mau beli kendaraan jadi harus ada NPWP akhirnya saya buatlah NPWP. Kalau di shoope mbak, ada potongan 1% dari penjualan setiap customer. Misalnya nih customer beli empat jilbab jadi total pembelanjaan customer itu di kurang 1%. Masuk ke rekening shoope saya yah sudah di kurang 1% itu. Keterangananya di shoppenya sih biaya administrasi. Gitu aja sih mbak” (Wawancara, 2 Juni 2019)

Sama halnya dengan penuturan informan ke 5 ini, wanita yang berumur sama dengan informan 4 yang menjual barang dagangnya melalui intagram dan shoope, informan ini juga masih belum membayar pajak atas usaha yang dijalankan, karena masih belum paham dengan pajak apa yang seharusnya di kenakan atas usaha yang di jalankan berikut penurunan informan 5 :

“ Kalau selama ini sih saya bayar pajak motor, pajak kendaraan kan hehe. Tapi kalau atas usaha ini belum bayar pajak apa2 sih mbak. Saya juga bingung harus bayar pajak apa atas usaha yang saya jalankan ini. Saya rasa keuntungan saya juga belum terlalu banyak untuk membayar pajak.. Belum mbak, saya belum pernah bayar pajak atas usaha ini. Omset saja kadang harus saya putar balik ya buat modal lagi. Jadi untuk bayar pajak mungkin kalau benar-bener omset saya ada lebih banyak lah. Lagian saya juga belum paham ya soal pajak atas transaksi online ini. Beda kan mbak sama yang usaha ada tokonya itu. Kasarnya transaksi online saya ini kan gak kelihatan mbak, jadi gak masalah lah kalau belum bayar pajak juga. Beda halnya kalau saya ada toko yang benar-bener kelihatan dengan mata kepala. Mungkin itu pasti dikenakan pajak” (Wawancara, 31 Mei 2019)

Kurangnya ketegasan, sosialisasi, dan peraturan yang jelas terkait pengenalan pajak atas transaksi *e-commerce* membuat banyak dari UMKM di bidang *e-commerce* tidak mengetahui pajak yang seharusnya dibayar, dan alhasil para pelaku

UMKM ini tidak patuh terhadap kewajiban pajak mereka. Tentunya berdampak pada pendapatan pajak dalam bidang UMKM. Hal yang tidak beda jauh juga diungkapkan oleh informan 6 yang menjalankan UMKM di bidang e-commerce :

“Belum mbak, saya belum pernah bayar pajak atas usaha ini. Omset saja kadang harus saya putar balik ya buat modal lagi. Jadi untuk bayar pajak mungkin kalau bener-bener omset saya ada lebih banyak lah. Lagian saya juga belum paham ya soal pajak atas transaksi online ini. Beda kan mbak sama yang usaha ada tokonya itu. Kasarnya transaksi online saya ini kan gak kelihatan mbak, jadi gak masalah lah kalau belum bayar pajak juga. Beda halnya kalau saya ada toko yang bener-bener kelihatan dengan mata kepala. Mungkin itu pasti dikenakan pajak. “ (Wawancara, 2 Juni 2019)

Belum adanya peraturan yang jelas mengenai peraturan perpajakan UMKM khususnya di bidang e-commerce membuat para online shop enggan membayar pajak. Padahal yang sebenarnya perlakuan perpajakan antara pedagang konvensional dan pedagang digital/online tidaklah berbeda. Seperti yang diketahui bahwa *e-commerce* adalah merupakan transaksi perdagangan barang dan/atau jasa lainnya, tetapi hanya berbeda dalam hal cara atau alat yang digunakan saja. Sehingga, perlakuan pajak *e-commerce* sama dengan perlakuan pajak atas perdagangan lainnya, termasuk tidak ada aturan khusus perpajakan yang mengatur transaksi *e-commerce* ini.

Pada tahun 2013 pemerintah sudah membentuk tim perpajakan untuk menangani pajak atas transaksi e-commerce namun, belum ada perkembangan yang berkembang yang berarti hingga tahun ini. Kajian-kajian dari Tim terkait sudah melahirkan beberapa produk hukum seperti peraturan pemerintah dan draf peraturan kementerian, namun sampai saat ini belum ada hasil akhir dari kajian-

kajian tersebut yang menghasilkan payung hukum yang kuat dan fleksibel terkait transaksi ini. Beberapa peraturan yang telah terbit hanya menjelaskan mekanisme yang ada pada e-commerce saja bukan secara detail menjelaskan bagaimana mekanisme perpajakan yang berlaku di *e-commerce* (Trisnawati, 2017:61).

Menurut Chandra Budi (2014) dalam jurnalnya yang berjudul Menyasar Pajak Transaksi *E-commerce* beliau mengatakan bahwa yang menjadi tantangannya padahal bagaimana cara efektif untuk mengenakan pajak atas transaksi e-commerce ini. Potensi pajaknya sangat besar, namun seringkali luput dikenakan pajak karena sifat transaksinya yang unik. Setidaknya, akan terjadi kondisi dimana transaksi e-commerce akan sulit dikenakan pajaknya, kondisi pertama adalah transaksi melalui *e-commerce* mampu menembus batas geografis antar negara. Kedua, bentuk barang atau jasa yang diperjual belikan dapat berformat digital seperti piranti lunak komputer, musik, majalah atau lainnya. Ketiga, transaksi e-commerce terjadi begitu cepat di seluruh dunia dalam waktu singkat. Untuk itulah, tantangan sebenarnya dalam mengenakan pajak transaksi e-commerce adalah bagaimana membuat aturan khusus yang mampu menangkap potensi pajak atas transaksi e-commerce dengan kondisi-kondisi tadi.

Seperti yang diketahui DJP telah memetakan empat model transaksi *e-commerce* yaitu *Online Marketplace*, *Classified Ads*, *Daily Deals* dan *Online Retail*. Dari keempat transaksi diatas ada pembayaran imbalan atau penghasilan karena jual-beli barang/atau jasa yang merupakan objek pajak Pajak Penghasilan (PPH) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang akan dikenakan pajak menurut

aturan perpajakan yang berlaku. Tidak terpungkiri juga akan ada beberapa pajak yang melekat pada pelaku UMKM e-commerce tergantung situasi dan kondisi UMKM itu dijalankan.

Berdasarkan SE 62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-commerce* dijelaskan pengenaan pajak terhadap pelaku usaha maupun konsumen pada sektor *e-commerce online marketplace* yaitu :

1) Proses Bisnis Jasa Penyedia Tempat dan/atau Waktu

a) Pajak Penghasilan

- 1) Objek pajak, penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan objek Pajak Penghasilan (PPh) yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26. Termasuk dalam pengertian media lain untuk penyampaian informasi adalah situs internet yang digunakan untuk mengoperasikan toko, memajang content (kalimat, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain lain) barang dan/atau jasa, dan/atau melakukan penjualan. Imbalan sehubungan jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam situs internet untuk penyampaian informasi dalam contoh proses bisnis Online Marketplace ini dapat berupa Monthly Fixed Fee, Rent Fee, Registration Fee, Fixed Fee, atau Subscription Fee.

- 2) Subjek pajak, orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi
- 3) Dasar hukum, Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 17, Pasal 21, Pasal 23, dan Pasal 26 Undang-Undang PPh.
- 4) Untuk Penyelenggara Online Marketplace sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak yang dihitung dari penghasilan bruto dari penjualan yang dikurangi dengan biaya-biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan serta untuk Wajib Pajak Orang Pribadi dikurangi dengan Penghasilan Tidak Kena Pajak.
- 5) Pemotong PPh, apabila Online Marketplace Merchant sebagai pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong PPh, maka pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26 sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Tarif PPh Pasal 23 atas penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi adalah sebesar 2% (dua persen) dari jumlah bruto tidak termasuk Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

Dalam hal penyedia jasa dimaksud tidak memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak, besarnya tarif pemotongan adalah lebih tinggi 100% (seratus

persen), yaitu menjadi sebesar 4% (empat persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN. Tarif PPh Pasal 26 atas penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi adalah sebesar 20% (dua puluh persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN, atau berdasarkan Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda (P3B) yang berlaku.

b) Pajak Pertambahan Nilai

- 1) Objek Pajak, Jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan Jasa Kena Pajak (JKP). Termasuk dalam pengertian media lain untuk penyampaian informasi adalah situs internet yang digunakan untuk mengoperasikan toko, memajang content (kalimat, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain lain) barang dan/atau jasa, dan/atau melakukan penjualan.

Imbalan sehubungan jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam situs internet untuk penyampaian informasi dalam contoh proses bisnis Online Marketplace ini dapat berupa Monthly Fixed Fee, Rent Fee, Registration Fee, Fixed Fee, atau Subscription Fee. Penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean atau pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean dikenai PPN.

- 2) DPP, penggantian, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara Online Marketplace karena

penyerahan JKP, tidak termasuk yang dipungut dan potongan harga yang dicantumkan dalam Faktur Pajak.

- 3) Dasar Hukum, 1. Pasal 1, Pasal 4 ayat (1) huruf c dan huruf e, Pasal 11 ayat (1) dan ayat (2), dan Pasal 13 Undang-Undang PPN; Pasal 6, Pasal 10, Pasal 11, dan Pasal 17 ayat (1), ayat (5), ayat (6), dan ayat (7) Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2012.

2) Proses Bisnis Penjualan Barang dan/atau Jasa

a) Pajak Penghasilan

- 1) Objek Pajak, Penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek PPh. Apabila penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek pemotongan/pemungutan PPh, maka wajib untuk dilakukan pemotongan/pemungutan PPh.
- 2) Subjek Pajak, Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa. Penjual barang atau penyedia jasa dalam contoh proses bisnis Online Marketplace ini adalah Online Marketplace Merchant.
- 3) Dasar hukum, Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 15, Pasal 17, Pasal 21, Pasal 22, Pasal 23, dan Pasal 26 Undang-Undang PPh.
- 4) Tarif, Untuk pihak Online Marketplace Merchant sebagai penjual barang atau penyedia jasa dalam Online Marketplace yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak yang dihitung dari

penghasilan bruto dari penjualan yang dikurangi dengan biaya-biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan serta untuk Wajib Pajak Orang Pribadi dikurangi dengan Penghasilan Tidak Kena Pajak.

- 5) Pemotongan/ Pemungutan PPh, Apabila Pembeli barang atau pengguna jasa adalah Wajib Pajak Pemungutan PPh Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong/ pemungut PPh, maka Pembeli barang atau pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan/pemungutan PPh dengan tarif dan tata cara sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

b) Pajak Pertambahan Nilai

- 1) Objek Pajak, Penyerahan yang dilakukan oleh Online Marketplace Merchant kepada Pembeli Barang Kena Pajak (BKP) dan/atau Jasa Kena Pajak (JKP), yang dapat berupa: penyerahan BKP dan/atau penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean; dan/atau ekspor BKP Berwujud, ekspor BKP Tidak Berwujud, dan/atau ekspor JKP.
- 2) DPP, Harga jual, penggantian, dan/atau nilai ekspor, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh Online Marketplace Merchant karena penyerahan BKP dan/atau JKP (contohnya harga barang dan/atau jasa, biaya pengiriman, asuransi, dan lain-lain).

- 3) Dasar hukum, Pasal 1, Pasal 4 ayat (1), Pasal 11 ayat (1) dan ayat (2), dan Pasal 13 Undang-Undang PPN; dan Pasal 6, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 11, dan Pasal 17 Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2012.

3) Proses Bisnis Penyetoran Hasil Penjualan Kepada Online Marketplace Merchant Oleh Penyelenggara Online Marketplace

a) Pajak Penghasilan

- 1) Objek Pajak, Penghasilan dari jasa perantara pembayaran merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26. Imbalan sehubungan jasa perantara pembayaran dalam contoh proses bisnis Online Marketplace ini dapat berupa Per Sale Fee dan/atau tagihan lainnya.
- 2) Subjek Pajak, Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa perantara pembayaran. Penyedia jasa perantara pembayaran dalam contoh proses bisnis Online Marketplace ini adalah penyelenggara Online Marketplace.
- 3) Dasar Hukum, Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 17, Pasal 21, Pasal 23, dan Pasal 26 Undang-Undang PPh.
- 4) Tarif, Untuk pihak Penyelenggara Online Marketplace sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak yang dihitung dari penghasilan bruto dari penjualan yang dikurangi dengan biaya-biaya untuk

mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan serta untuk Wajib Pajak Orang Pribadi dikurangi dengan Penghasilan Tidak Kena Pajak

- 5) Pemotongan PPh, Apabila Online Marketplace Merchant sebagai pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong PPh, maka pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26 sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Tarif PPh Pasal 23 atas penghasilan dari jasa perantara pembayaran adalah sebesar 2% (dua persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN.

Dalam hal penyedia jasa dimaksud tidak memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak, besarnya tarif pemotongan adalah lebih tinggi 100% (seratus persen), yaitu menjadi sebesar 4% (empat persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN.

Tarif PPh Pasal 26 atas penghasilan dari jasa perantara pembayaran adalah sebesar 20% (dua puluh persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN, atau berdasarkan Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda (P3B) yang berlaku.

b) Pajak Pertambahan Nilai

- 1) Objek Pajak, Jasa perantara pembayaran, yang diserahkan oleh Penyelenggara Online Marketplace kepada Online Marketplace Merchant, merupakan Jasa Kena Pajak (JKP). Penyerahan JKP di

dalam Daerah Pabean atau pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean dikenai PPN.

- 2) DPP, Penggantian, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh Online Marketplace Merchant karena penyerahan JKP berupa jasa perantara pembayaran (contohnya per Sale Fee, biaya service provider settlement, fee penggunaan kartu kredit/kartu debit/internet banking, dan lain-lain), tidak termasuk PPN yang dipungut dan potongan harga yang dicantumkan dalam Faktur Pajak.
- 3) Dasar hukum, Pasal 1, Pasal 4 ayat (1) huruf c dan huruf e, Pasal 11 ayat (1) dan ayat (2), dan Pasal 13 Undang-Undang PPN; dan Pasal 6, Pasal 10, Pasal 11, dan Pasal 17 ayat (1), ayat (5), ayat (6), dan ayat (7) Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2012.

a) Konvensional Berbasis *Online*

Beda halnya pengenaan pajak kepada UMKM yang memiliki toko konvensional dan marketplace (*e-commerce*) atau konvensional berbasis online. Informan 7 dan 8 ini merupakan UMKM yang menjalankan konvensional berbasis online. Berikut pernyataan mereka mengenai pembayaran pajak atas usaha yang mereka jalankan. Pertama, informan 7 ini menjalankan usahanya di bidang fashion pakaian wanita dan pria. Yang menjalankan usahanya dengan membuka toko dan memanfaatkan salah satu online marketplace. Informan 7 ini mengatakan :

” Penghasilan saya sama suami di gabung trus bayar pajak deh. Kurang tau juga mbak pajak apa itu. Suami saya yang ngerti, saya hanya mengikuti. Tapi kayaknya ada rencana mau buat NPWP sendiri sih, gak gabung sama suami lagi. Saya sendiri masih mau mempelajari soal pajak atas usaha saya dulu baru berani pisah NPWP sama suami saya. Kalau untuk onlinenya saya bukanya kan di insagram sama di shoppe. Di Instagram sih gak di pungut pajak apa2 kok. Kalau di shoope itu ada 1% , biaya administrasi sih mbak itu. Kalau untuk toko sendiri, saya kan judulnya sewa ruko 1 lantai nih. Yaudah uang sewa aja yang saya bayar, kalau untuk pajaknya mungkin yang menyewakan yang membayarnya mbak. Karyawan ya ? saya belum berani potong pajak gaji mereka mbak, gak tega juga. Lagian belum seberapa juga gaji mereka. nah saya juga belum paham tentang pajak atas karyawan mbak.” (Wawancara, 3 Juni 2019)

Pengungkapan berbeda juga dikatakan oleh informan 8, yaitu :

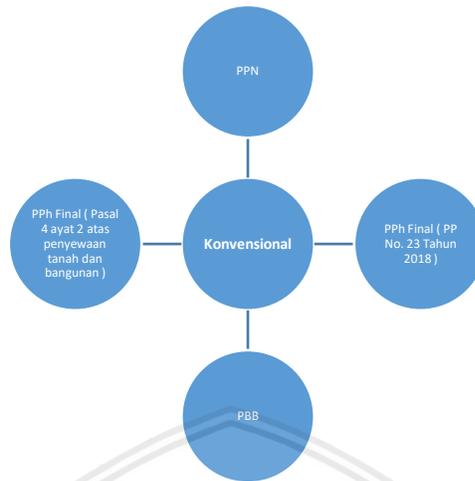
“ Pajak ya mbak, atas usaha ini sendiri kan ada dirumah nenek. Jadi dulu ini rumah nenek saya, setelah nenek saya meninggal saya semua yang urusin rumah ini. Akhirnya saya buka butiq kecil-kecilan sekaligus gudang untuk jualan saya ini. Jelas untuk rumah ini ya saya bayar PBBnya juga. Saya sempat juga sewa ruko di daerah sumpersari, tapi mungkin karena rejekinya memang tempatnya disini, rukonya sepi saya memuskan untuk konsen saja ke satu toko. Sewa kemaren pajaknya sih gak ada kyknya. Ya Cuma bayar sewa aja. Sama saya bayar pajak untuk usaha mikro yang UMKM itu loh mbak. Yang sekarang juga sudah turun. Atas omset sendiri yang 0,5%. Kalau untuk karyawan belum saya potong pajak gaji mereka. Masih lumayan kecil juga. Kalau untuk memajukan usaha saya dengan penurunan pajak itu saya setuju, soalnya tarif itu tidak terlalu ngaruh ke laba jadi labanya bisa untuk keperluan mengembangkan usaha yang lain. Promosi misalnya “ (Wawancara, 3 Juni 2019)

Pengenaan aspek perpajakan antara UMKM pedagang konvensional, pedagang online atau *e-commerce* pada dasarnya tidak terdapat perbedaan, sehingga objek pajaknya sama. Untuk konvensional berbasis online omset keduanya harus dijumlahkan lalu dikenakan pajak yang sama, yang jadi pembedanya proses transaksinya. Kalau konvensional proses transaksinya secara langsung, bertatap muka dengan pembeli, sedangkan kalau online melalui digital.

Dalam menjalankan kewajiban perpajakan pada pelaku UMKM sebenarnya kembali lagi kepada pilihan WP masing-masing. Pemerintah memberikan kebebasan kepada pelaku UMKM untuk memilih pengenaan kewajiban perpajakan atas usaha yang dijalankan mau pajak final atau non-final. Jika WP yang memilih UU PPh 25 (non-final) berarti WP tersebut harus melakukan perhitungan pajak berdasarkan pada ketentuan UU PPh pasal 17 dan 31 E. Sementara bagi WP yang memilih pajak final berdasarkan PP No. 23 Tahun 2018 dikenakan tarif 0,5% dengan omset dibawah 4,8 Miliar.

Setelah melakukan analisis data dalam penelitian ini, maka peneliti dapat menganalisis pajak apa saja yang seharusnya dibayarkan oleh para UMKM dibidang *e-commerce online marketplace*. Peneliti melihat dari kondisi yang ada pada lapangan, sehingga peneliti dapat menganalisis pajak yang melekat pada usaha-usaha para informan yang diwawancarai.

Berikut merupakan pengenaan kewajiban perpajakan yang melekat pada informan-informan pelaku UMKM industri kreatif subsektor *fashion* sesuai dengan hasil wawancara dan juga hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti :

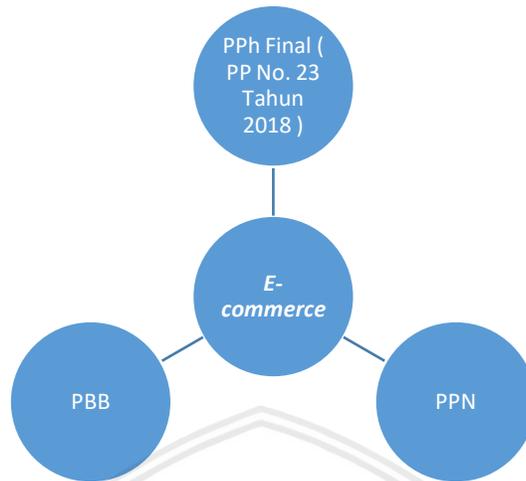
**Gambar****4. Pengenaan Kewajiban Perpajakan UMKM industri kreatif subsektor *fashion* konvensional**

Sumber: Peneliti, 2019

Pengenaan kewajiban perpajakan UMKM konvensional dilihat dari gambar

diatas adalah sebagai berikut :

- 1) PPh Final 4 ayat 2 atas penyewaan tanah dan bangunan : jika UMKM penyewa booth/lapak di dalam Mall atau mengikuti pameran di dalam sebuah bangunan yang mengharuskan mereka menyewa booth/lapak.
- 2) PPn (Pajak Petambahan Nilai) : dikenakan atas pembelian bahan baku atas barang yang akan dijual. Contoh : beli kain yang kemudian di buat baju dan jilbab.
- 3) PBB (Pajak Bumi dan Bangunan) : dikenakan atas tempat berlangsungnya usaha tersebut.
- 4) PPh Final 0,5% (PP 23 Tahun 2018) : dikenakan atas omset yang diterima perbulannya.

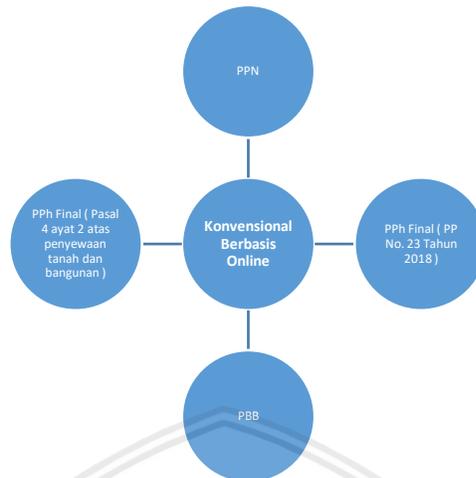


Gambar 5. Pengenaan Kewajiban Perpajakan UMKM industri kreatif subsektor *fashion e-commerce*

Sumber: Peneliti, 2019

Pengenaan kewajiban perpajakan UMKM *e-commerce* dilihat dari gambar diatas adalah sebagai berikut :

- 1) PPn (Pajak Petambahan Nilai) : dikenakan atas pembelian bahan baku atas barang yang akan dijual. Contoh : beli kain yang kemudian di buat baju dan jilbab.
- 2) PBB (Pajak Bumi dan Bangunan) : dikenakan atas tempat berlangsungnya usaha tersebut.
- 3) PPh Final 0,5% (PP 23 Tahun 2018) : dikenakan atas omset yang diterima perbulannya.



Gambar 6. Pengenaan Kewajiban Perpajakan UMKM industri kreatif subsektor *fashion e-commerce*

Sumber: Peneliti, 2019

Pengenaan kewajiban perpajakan UMKM konvensional dilihat dari gambar diatas adalah sebagai berikut :

- 1) PPh Final 4 ayat 2 atas penyewaan tanah dan bangunan : jika UMKM penyewa booth/lapak di dalam Mall atau mengikuti pameran di dalam sebuah bangunan yang mengharuskan mereka menyewa booth/lapak.
- 2) PPN (Pajak Petambahan Nilai) : dikenakan atas pembelian bahan baku atas barang yang akan dijual. Contoh : beli kain yang kemudian di buat baju dan jilbab.
- 3) PBB (Pajak Bumi dan Bangunan) : dikenakan atas tempat berlangsungnya usaha tersebut.
- 4) PPh Final 0,5% (PP 23 Tahun 2018) : dikenakan atas omset yang diterima perbulannya.

C. Pembahasan

1) Persepsi para pemilik UMKM di bidang Industri Kreatif subsektor *fashion* Konvensional, *E-commerce*, dan Konvensional berbasis online tentang penerapan PP No. 23 Tahun 2018 Dalam Mendukung Pertumbuhan UMKM

Persepsi diartikan sebagai pemberian makna atau penafsiran oleh seseorang terhadap suatu hal tertentu, di mana proses ini berasal dari rangsangan panca indra, kemudian melalui proses persepsi sesuatu yang diindera tersebut menjadi sesuatu yang berarti setelah diorganisasi dan diinterpretasikan, stimulus dapat datang dari luar maupun dari dalam individu. Stimulus yang dimaksud disini adalah penerapan PP No. 23 Tahun 2018 yang ditangkap oleh para pelaku UMKM industri kreatif subsektor *fashion* konvensional, *e-commerce*, maupun konvensional berbasis *online* melalui penginderaan. Jadi persepsi yang terbentuk bisa saja berbeda setiap orang tergantung dari faktor-faktor yang mempengaruhi proses pembentukan persepsi. Dari bermacam-macam pandangan/persepsi dari para wp pelaku UMKM tentang PP No. 23 Tahun 2018 tentunya setiap orang mempunyai pandangannya masing-masing dimana pandangannya bisa berbeda-beda.

Perbedaan persepsi tergantung dari latar belakang, pengalaman dan informasi yang diterima oleh orang yang bersangkutan. Ibid dalam Rahmawati (2017) yang menyatakan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi persepsi antara lain: faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang ada dalam individu itu sendiri, seperti perasaan, pengalaman, kemampuan berfikir, dan kerangka

acuan. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor stimulus itu sendiri dan faktor lingkungan di mana persepsi itu berlangsung.

Persepsi para wp pelaku UMKM industri kreatif subsektor *fashion* tentang PP No. 23 Tahun 2018 diantaranya adalah bagi informan pelaku UMKM yang belum mengetahui adanya penerapan PP No. 23 Tahun 2018 ini mereka mengapresiasi adanya PP ini karena dengan tarif pajak yang relatif kecil, akan lebih meringankan dan menguntungkan mereka jika kedepannya mereka akan melakukan pembayar pajak atas usaha UMKM yang mereka jalankan. Informan yang merupakan pelaku UMKM dan belum mengetahui penerapan PP ini juga mengharapkan sosialisasi dan pendampingan untuk mendapatkan informasi yang lebih detail terkait peraturan perpajakan bagi UMKM. Hal ini juga sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tatik pada tahun 2018.

Menurut Fedlman (1985) pembentukan persepsi juga sangat dipengaruhi oleh informasi yang pertama kali diperoleh. Pengalaman pertama yang tidak menyenangkan akan sangat mempengaruhi pembentukan persepsi seseorang. Tetapi karena stimulus yang dihadapi oleh manusia senantiasa berubah, maka persepsi pun dapat dapat berubah-ubah sesuai dengan stimulus yang diterima. Oleh karena itu, sebelum para pelaku UMKM mengutarakan persepsinya, peneliti mencoba menjelaskan tentang penerapan PP No. 23 ini kepada para pelaku UMKM yang belum mengetahui peraturan ini, sehingga para pelaku dengan mudah dapat mengutarakan persepsinya setelah mengetahui informasi yang didapat dari peneliti.

Selanjutnya persepsi dari para pelaku UMKM yang telah mengetahui penerapan PP No. 23 Tahun 2018 ini, mereka berpendapat bahwa PP ini sangat menguntungkan dan juga meringankan dengan adanya penurunan tarifnya. Tidak hanya itu bagi para informan yang telah melakukan kewajiban perpajakan dari tarif sebelumnya yaitu sebesar 1%, mereka beranggapan bahwa penurunan tarif ini otomatis menaikkan laba mereka, dengan laba yang naik tersebut mereka dapat mengembangkan usaha mereka dan mereka tidak khawatir lagi untuk membayar pajak jika omset perbulanya tidak terlalu besar karena tarif pajak yang kecil. Secara tidak langsung hal ini dapat meningkatkan pertumbuhan UMKM khususnya di bidang industri kreatif. Persepsi tersebut dapat dikaitkan dengan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu faktor internal, dimana para pelaku UMKM mengutarakan persepsinya berdasarkan kemampuan berpikir, pengalaman, maupun perasaan.

Kemudian adalah persepsi para pelaku UMKM tentang kurangnya sosialisasi dari pemerintah khususnya untuk pajak UMKM. Semua informan memiliki persepsi yang relative sama untuk hal ini, mereka sama-sama merasakan kurangnya sosialisasi maupun publikasi dari pemerintah sehingga masih banyak dari para informan maupun para pelaku UMKM yang belum menyadari akan kewajiban perpajakan atas usaha yang mereka jalani. Hal ini diperkuat dengan faktor internal yang di utarakan oleh Ibid yaitu keadaan individu yang berpengaruh pada individu dalam pengadakan persepsi berdasarkan pengalaman dan kemampuan berpikir.

Persepsi berikutnya yang diutarakan para informan adalah bahwa system pajak yang ribet dan susah untuk dipahami untuk sebagian besar orang terutama orang awam yang baru memulai usaha kemudian sudah harus membayar pajak yang dimana mereka belum memahami pajak apa yang melekat pada usaha mereka. Selain itu juga mereka berpikir syarat untuk jadi WP yang berbelit-belit, dan juga administrasinya yang riweh. Persepsi negative semacam ini dapat dipengaruhi oleh faktor psikologis yang diutarakan Stephen P. Robins yaitu berupa pengalaman. Para informan dalam melakukan kewajiban perpajakannya berupa membayar dan melaporkan pajaknya ada yang merasakan hal yang tidak mengenakan sehingga dapat mempengaruhi persepsi yang mereka utarakan.

Dalam konteks persepsi wp pelaku UMKM industri kreatif subsektor fashion tentang PP No. 23 Tahun 2018 dalam mendukung pertumbuhan UMKM ini, menurut para informan dengan adanya penurunan tarif dalam PP ini para pelaku UMKM dapat membayar pajak dengan mudah dan sederhana, hal ini dikarenakan PP ini merupakan pengenaan pajak PPh Final, maka perhitungan pajak buat UMKM offline maupun online tinggal menjumlahkan peredaran bruto dalam sebulan kemudian dikalikan dengan tarif yaitu sebesar 0,5% hal ini sesuai dengan yang tertuang di dalam PP No. 23 Tahun 2018. Kemudian bisa mengurangi beban pajak para pelaku UMKM, dengan tarif murah sisa omzet bersih setelah dipotong pajak bisa dipakai pengusaha untuk mengembangkan usahanya.

Adanya perbedaan pendapat tentang penerapan PP No. 23 Tahun 2018 dalam mendukung pertumbuhan bisnis UMKM ini dikarenakan adanya faktor yang

mempengaruhi persepsi, terutama faktor internal dan eksternal. Misalnya pemahaman, pengalaman, atau pengetahuan yang berbeda-beda mengenai PP No. 23 Tahun 2018. Persepsi ini bersifat individual, karena berkaitan dengan perasaan, kemampuan berpikir, dan pengalaman setiap individu yang tidak sama sehingga dalam mempersepsikan stimulus hasilnya berbeda.

2) Pengenaan kewajiban perpajakan pada UMKM dalam bidang Industri kreatif subsektor *fashion*

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah, klasifikasi UMKM bisa dibedakan dari jumlah aset dan total omzet penjualan. Berdasarkan Pasal 2 UU No. 36 tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, setiap orang pribadi, orang pribadi yang memiliki warisan belum terbagi, badan dan bentuk usaha tetap merupakan objek pajak penghasilan. Pada saat para pelaku UMKM mendaftarkan perusahaan atau badan di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) tempat usaha Anda berdomisili, maka akan mendapatkan SKT atau Surat Keterangan Terdaftar. Di SKT tersebut disebutkan pajak-pajak apa saja yang harus para pelaku UMKM bayarkan. Tergantung pada jenis transaksi yang para pelaku UMKM lakukan dan jumlah omzet usaha dalam setahun. Sekurangnya para pelaku usaha UMKM perlu membayar pajak-pajak berikut:

- PPh Pasal 4 Ayat 2 atau PPh Final (jika ada sewa gedung/kantor, omzet penjualan, dll)

- PPh Pasal 21 (jika memiliki pegawai, jika gaji pegawai dibawah PTKP tidak dipungut PPh 21)
- PPh Pasal 23 (jika ada transaksi pembelian jasa)

Tetapi ada kebijakan pemerintah bagi wp pelaku UMKM atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto atau omzet di bawah Rp 4,8 miliar dalam setahun, yaitu PP No. 23 Tahun 2018 dengan tarif istimewa sebesar 0,5% dan bersifat final. Kebijakan ini dimaksudkan dengan tujuan membantu bisnis UMKM agar terus berkembang, menjaga aliran keuangannya sehingga dapat digunakan untuk tambahan modal usaha. Dengan begitu, membayar pajak tidak lagi dianggap sebagai beban (Ariyati, 2018). Penerapan ini berlaku untuk UMKM konvensional atau offline maupun yang berjualan di toko online (marketplace dan media sosial).

Menurut Onlinepajak.com tarif PPh final 0,5% ini bersifat opsional, karena wajib pajak dapat memilih untuk mengikuti tarif dengan skema final 0,5%, atau menggunakan skema normal yang mengacu pada pasal 17 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Sifat opsional ini memberi keuntungan bagi wajib pajak karena:

- 1) Bagi wajib pajak (WP) pribadi dan badan yang belum dapat menyelenggarakan pembukuan dengan tertib, penerapan PPh Final 0,5% memberikan kemudahan bagi mereka untuk melaksanakan kewajiban perpajakan. Sebab, perhitungan

pajak menjadi sederhana yakni 0,5% dari peredaran bruto/omzet. Namun, penerapan PPh Final memiliki konsekuensi yakni WP tetap harus membayar pajak meski sedang dalam keadaan rugi.

- 2) Sementara, WP badan yang telah melakukan pembukuan dengan baik dapat memilih untuk dikenai Pajak Penghasilan berdasarkan tarif normal yang diatur pasal 17 UU No. 36 tentang Pajak Penghasilan. Konsekuensinya, perhitungan tarif PPh akan mengacu pada lapisan penghasilan kena pajak. Selain itu, WP juga terbebas dari PPh bila mengalami kerugian fiskal.

Secara regulasi, tidak ada perbedaan perpajakan antara UMKM industri kreatif transaksi e-commerce, perdagangan konvensional serta konvensional berbasis online karena status objek pajaknya. Menurut Chandra Budi dalam jurnalnya pemerintah sekali lagi menegaskan bahwa tidak ada perbedaan perlakuan perpajakan antara transaksi e-commerce dan transaksi perdagangan dan/atau jasa lainnya. Pengenaan pajak jual beli untuk toko online pada dasarnya dipersamakan dengan toko konvensional pada umumnya. Menjadi warga negara sekaligus pengusaha bisnis konvensional maupun online otomatis menjadi wajib pajak yang membayar pajak atas penghasilan yang diperoleh. Dalam Surat Edaran Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 ditegaskan bahwa transaksi perdagangan barang dan jasa secara elektronik atau e-commerce sama dengan transaksi barang dan jasa lainnya tetapi berbeda dalam hal cara atau alat yang digunakan untuk melakukan transaksi

Selain PPh dan PPN yang merupakan pajak pusat, pajak daerah seperti PBB juga dapat menjadi pengenaan pajak bagi UMKM. Contohnya UMKM yang menjalankan usahanya di sebuah bangunan berupa rumah atau ruko berarti UMKM itu harus membayar PBB (Pajak Bumi dan Bangunan). Misalnya UMKM konvensional menjalankan usahanya di rumah pribadi berarti terkena PBB, kemudian UMKM e-commerce menjalankan usahanya di kos-kosan yang hanya bayar kos perbulan berarti tidak terkena PBB. Tidak dapat dipungkiri juga yang menjadi perbedaan pengenaan pajak UMKM karena keadaan dan kondisi UMKM itu menjalankan usahanya seperti contoh diatas. Untuk pengenaan perpajakan bagi UMKM yang menjalankan konvensional sekaligus memiliki toko *online marketplace*, penghasilan dari kedua toko tersebut dijumlahkan dan dikenakan pajak sesuai aturan yang berlaku.

Dalam menjalankan kewajiban perpajakan pada pelaku UMKM industri kreatif sebenarnya kembali lagi kepada pilihan WP masing-masing. Pemerintah memberikan kebebasan kepada pelaku UMKM untuk memilih pengenaan kewajiban perpajakan atas usaha yang dijalankan mau pajak final atau non-final. Jika WP yang memilih UU PPh 25 (non-final) berarti WP tersebut harus melakukan perhitungan pajak berdasarkan pada ketentuan UU PPh pasal 17 dan 31 E. Sementara bagi WP yang memilih pajak final berdasarkan PP No. 23 Tahun 2018 dikenakan tarif 0,5% dengan omset dibawah 4,8 Miliar.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta hasil analisis data terkait persepsi wajib pajak UMKM konvensional, *e-commerce*, dan konvensional berbasis *online* tentang PP No. 23 Tahun 2018 dalam mendukung pertumbuhan bisnis UMKM, khususnya UMKM dibidang industri kreatif subsektor *fashion* dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada perbedaan persepsi wajib pajak UMKM tentang penerapan PP No. 23 Tahun 2018 dalam mendukung pertumbuhan UMKM yaitu mereka yang telah menjalankan kewajiban perpajakan sesuai PP No. 23 ini menilai bahwa penerapan PP No. 23 Tahun 2018 memberikan keringanan dan keuntungan dengan diterapkannya tarif baru ini. Mereka bisa lebih leluasa dalam mengembangkan usahanya tanpa harus terbebani dengan tarif pajak yang cukup memberatkan. Kemudian bagi mereka para WP pelaku UMKM yang belum menjalankan kewajiban perpajakan sesuai PP No. 23 ini, mereka beranggapan bahwa PP ini akan meringankan mereka bila dikemudian hari membayar pajak atas usaha yang mereka jalankan karena tarifnya yang kecil, dan mereka sangat mengapresiasi tarif pajak yang baru ini. Pernyataan mereka akan ketertarikan membayar pajak setelah mengetahui PP No. 23 Tahun 2018 ini menguatkan potensi penerimaan pajak dibidang UMKM industri kreatif akan meningkat.

Persamaan persepsi tertuang pada solusi dan harapan para pelaku UMKM kepada pemerintah yaitu untuk diadakannya sosialisasi dan pendampingan untuk mendapatkan informasi yang lebih detail terkait peraturan perpajakan terbaru bagi UMKM.

2. Pengenaan kewajiban perpajakan pada pelaku UMKM konvensional, *e-commerce* dan konvensional berbasis *online* pada dasarnya tidak ada perbedaan, tetapi hanya berbeda dalam hal cara atau alat yang digunakan saja. Dengan demikian perlakuan pajak UMKM konvensional, *e-commerce* dan konvensional berbasis *online* sama dengan perlakuan pajak atas perdagangan lainnya. Perlakuan pemungutan pajak atas transaksi *e-commerce* adalah sama dengan pemungutan pajak atas transaksi jual beli secara konvensional maupun konvensional berbasis *online* yang merupakan gabungan dari kedua transaksi tersebut yakni disesuaikan dengan peraturan perundangundangan yang berlaku. Hanya saja pemungutan pajak terhadap pelaku bisnis *e-commerce* membutuhkan proses penangkapan atau penjarangan data yang cukup sulit sehingga mendeteksi transaksi *e-commerce* melalui media internet (dunia maya) menjadi tantangan baru bagi pihak DJP.
3. Penerapan PP No. 23 Tahun 2018 belum sepenuhnya terlaksana dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan masih adanya WP khususnya pelaku UMKM yang belum mengetahui tentang penerapan PP No. 23 Tahun 2018 ini. Salah satu penyebabnya karena kurangnya sosialisasi, publikasi, dan himbauan dari pemerintah tentang kepatuhan dan kesadaran perpajakan pada pelaku UMKM

khususnya dibidang industri kreatif. Kurangnya kepekaan dan kesadaran para wajib pajak pemilik UMKM terhadap kewajiban perpajakan juga bisa menjadi salah satu penyebabnya. Selain itu ketidakpahaman mereka akan kewajiban perpajakan menjadi kendala keberhasilan terlaksananya PP ini.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak lepas dari keterbatasan-keterbatasan penelitian, antara lain:

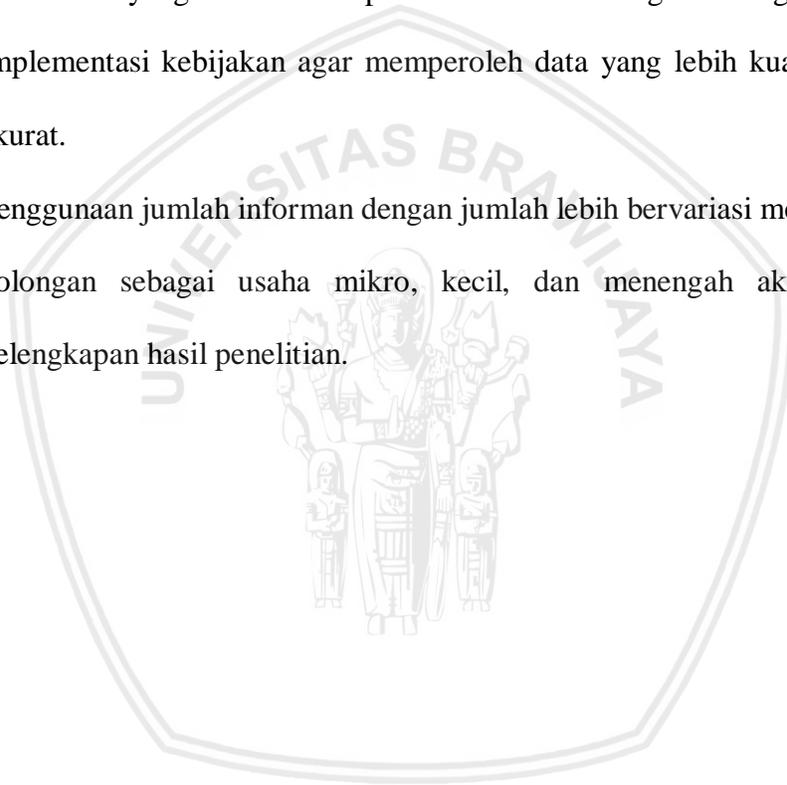
1. Persepsi pelaku UMKM tentang PP No. 23 Tahun 2018 dalam mendukung pertumbuhan bisnis UMKM dalam penelitian ini tidak dapat digeneralisasi sebagai persepsi UMKM secara menyeluruh.
2. Mayoritas informan dalam penelitian ini masih belum sadar akan pajak dan tidak mengetahui mengenai peraturan baru yang berlaku.

C. Saran

1. Diharapkan kepada Kantor Pajak setempat untuk memberikan sosialisasi, publikasi, pelatihan dan pendampingan kepada UMKM untuk menumbuhkan kesadaran dan kepatuhan perpajakan, menjelaskan juga maksud dan tujuan dibuatnya aturan baru dalam perpajakan yang mempengaruhi pertumbuhan UMKM. Tidak hanya dengan menjelaskan secara umum system perpajakan secara umum beserta kebijakan-kebijakanya melainkan juga, teknis perhitunganya.
2. Pelaku UMKM juga diharapkan peka dan aktif mengikuti peraturan perpajakan yang sering mengalami perubahan agar WP dapat ambil peran untuk penentuan peraturan-peraturan selanjutnya. Selain itu juga diharapkan WP mulai

mempelajari pembukuan sederhana untuk UMKM agar mendukung pengembangan usaha dan kepatuhan kewajiban perpajakan.

3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini lebih dikembangkan dan mengkaji lebih banyak sumber dengan melihat dari aspek yang membuat kebijakan. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda seperti kuantitatif dengan menggunakan teori implementasi kebijakan agar memperoleh data yang lebih kuat, terarah, dan akurat.
4. Penggunaan jumlah informan dengan jumlah lebih bervariasi mencakup semua golongan sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah akan menambah kelengkapan hasil penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Skripsi:

- Alma, Buchari. 2002. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi kedua. Bandung: Alfabeta
- Asngad, Muhammad. 2016. Persepsi Mahasiswa Terhadap Peringatan Bahaya Merokok Pada Setiap Kemasan Rokok. Skripsi. Purwokerto: Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri
- Agustino, Leo. 2016. Dasar-dasar Kebijakan Publik. Bandung: Alva Beta
- Baso, Idil. 2017. Persepsi Mahasiswa Tentang Berita Penistaan Agama di Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Jurusan Perbandingan Agama Fakultas Ushuludin, Filsafat, Dan Politik UIN Alaudin Makassar). Skripsi. Makassar: Fakultas Dakwah dan Komunikasi
- Bambang Mardijanto. 1996. Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Populer, Surabaya: Bintang Timur
- Creswell John W. 2016. *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif Kuantitatif dan Campuran*. Yogyakarta: Pustak Pelajar.
- Freddy, welly. 2008. Hubungan Produk Domestik Bruto dengan Penerimaan Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai Indonesia Periode 2000-II.2006. Tesis. Depok: Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Fikri, Darin Rausan. 2017. Persepsi Mahasiswa Perpajakan Mengenai Penghindaran Pajak (Studi Pada Mahasiswa Perpajakan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). Skripsi. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis.
- Kementerian Keuangan. 2018. Kesetaraan Pajak untuk *E-commerce*. Jakarta: Majalah Keuangan
- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti. Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa. 2011. Ghalia Indonesia: Bogor.
- Rosari, Regina Maria. 2015. Persepsi Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Terhadap Kepatuhan Dalam Pemenuhan Kewajiban

Perpajakan (Studi Pada UMKM INTAKO Sidoarjo). Skripsi. Surabaya: Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala.

Rahayu, Siti Kurnia dan Ely Suhayati . 2010. Perpajakan Indonesia: Teori dan Teknis Perhitungan. Yogyakarta: Graha Ilmu
Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kualitatif* untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif, dan konstruktif. Bandung: Alfabeta

Sugihartono, dkk.2007. Psikologi Pendidikan. Yogyakarta: UNY Pers

Stephen P. Robbins. 2002. Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi. Erlangga. Jakarta.

Selva, May. 2017. Efektifitas Kebijakan Pemerintah Kota Malang Dalam Pemberdayaan UMKM. Skripsi. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang

Sjafri, Rika Sari. 2016. Analisis tentang Penerimaan Pajak sebagai Fungsi dari Produk Domestik Bruto Kaitanya dengan Tax Bouyancy dan Elastisitas Pajak di Indonesia. Tesis. Jakarta: Universitas Indonesia.

Sandhusen, R. (2008). Marketing. Ha uppauge, N.Y: Barron's Educational Series.

Tjiptono, Fandi. 1996. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Andi: Yogyakarta

Tjiptono, Fandi. 1997. Manajemen Jasa. Andi: Yogyakarta.

Thoha, Miftah.2010. Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya. Jakarta: Rajawali Pers

Undang-undang:

Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.010/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce)

Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Surat Edaran Direktur Jenedral Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-commerce*

Undang-Undang No. 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan Stdd Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009

Jurnal :

Santoso, Agnessia Puteri. 2013. Perkembangan Industri Kreatif di Indonesia.

Awalia, risky ananda, Sri Mulatsih, dan Dominicus Savio Priyarsono. 2013. Analisis Pertumbuhan Teknologi, Produk Domestik Bruto, dan Ekspor Sektor Industri Kreatif Indonesia

Pangesti, Resha Dwiayu. 2017. Menguak Permasalahan Perpajakan *E-commerce* di Indonesia dan Solusi Pemecahanya

Herlambang dan Simanjuntak._____. Resiko dan Potensi *E-commerce* dalam Kaitanya dengan Penerimaan Pajak Negara

Sugianto, Ly Fie. 2003. *Business Models in The Digital Economy*

Andriani, R. Neneng Rina dan Nisa Noor Wahid. Pengaruh Pemahaman Wajin Pajak Atas Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 Terhadap Kepatuhan Perpajakan

Utomo, Eviera Maharani. 2013. Transaksi *E-commerce* Sebagian Potensi Penerimaan Pajak di Indonesia.

Leksono Afif dan Budi Purbayu. 2014. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Kreatif di Indonesia.

Wicaksono Banu. 2018. Meningkatkan Potensi Pajak UMKM Melalui Data *E-commerce*.

Oktyawati Dianila dan Aghadiati Faridiah. 2018. Penerapan PP 46 Tahun 2013: Adilkah Peraturan Ini Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)?

Sopannah, Bahri Syamsul dan Ghozali Mohammad. 2018. Prospek Pengembangan Malang Raya Sebagai Kota Kreatif Berbasis Kearifan Lokal.

Internet :

- _____, 2018. Mengenal Perbedaan Bisnis Konvensional VS Digital, Lebih Efektif Mana?. <https://www.smartbisnis.co.id/content/read/belajarbisnis/implementasibisnis/mengenal-perbedaan-bisnis-konvensional-vs-digital-lebih-efektif-mana> (Diakses pada tanggal 1 Maret 2019)
- India , The Institute of Chartered Accountant. 2012. Taxation of E-Commerce Transaction. <http://idtc.icaai.org/publications.php>.(diakses 2 Maret 2019)
- Aziz, Fauzan. 2014. Perkembangan Industri dan Ekonomi Kreatif di Indonesia. <https://fauzanaziz.wordpress.com/2013/03/12/perkembangan-industri-dan-ekonomi-kreatif-di-indonesia/> (diakses 3 Maret 2019)
- Metrotvnews.com. 2017. <https://www.metrotvnews.com/play/KRoUGpBx-potensi-transaksi-e-commerce-indonesia> (diakses 5 maret 2019)
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2019. Ini Alasan Diterbitkan PMK 210 Tentang *E-commerce*. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/ini-alasan-diterbitkan-pmk-210-tentang-e-commerce/> (diakses 15 Maret 2019)
- Amalia, Shinta. 2018. Dari PP 46/2018 hingga PP 23/2018. <http://www.pajak.go.id/article/dari-pp-462013-hingga-pp-232018> (diakses 10 April 2019)
- Ikhsanti, Dyah. 2018. Industri Kreatif Diprediksi Menyumbang Rp 1.000 Triliun Di Tahun 2018. <https://www.aturduit.com/articles/industri-kreatif-memberikan-sumbangan-besar-untuk-indonesia/> (diakses 21 Juli 2019)
- Utama, I Gusti Bagus Rai. Pemasaran Langsung dan Online. https://www.researchgate.net/profile/Rai_Utama_I_Gusti_Bagus/publication/292303624_PEMASARAN_LANGSUNG_DAN_ON-LINE/links/56acb51508ae28588c5fa473.pdf (diakses 21 Juli 2019)
- Dinas Koperasi & UKM Pemerintah Kota Malang. <https://dinkop.malangkota.go.id/informasi/download>(diakses 5 September 2019)

Lampiran. 1

PEDOMAN WAWANCARA

A. Profil UMKM

1. Nama usaha/UMKM ?
2. Nama pemilik/ Pengusaha ?
3. Umur pemilik ?
4. Bergerak dibidang apa ?
5. Sejarah berdirinya usaha ?
6. Tahun berdiri/ Beroperasi ?
7. Berapa modal awal memulai usaha ini ?
8. Jumlah karyawan ?
9. Alamat tempat usaha ?
10. Bahan baku untuk membuat produk di dapatkan dari mana ?
11. Pemasaran yang dilakukan saat ini (jangkauan pemasaran) ?
12. Berapa omset (Hari / Bulan) ?

B. Berkaitan dengan peneanaan kewajiban perpajakan

1. Apakah Bapak/Ibu mempunyai NPWP ?
2. Sejak kapan menjadi wajib pajak ?
3. Apakah Bapak/Ibu melakukan pembukuan/pencatatan ?
4. Pajak apa saja yang selama ini Bapak/Ibu bayarkan ?
5. Apakah Bapak/Ibu mengalami kesulitan dalam menghitung pajak terutang ?

6. Dalam melakukan pencatatan apakah Bapak/Ibu mengalami kesulitan dalam proses pembayaran dan pelaporan pajak ?
7. Apakah Bapak/Ibu tepat waktu dalam proses pembayaran pajak dan pelaporan pajak ?
8. Jika mengalami kesulitan apa yang Bapak/Ibu lakukan ?
9. Apakah dari pajak yang dikenakan mempengaruhi HPP ? atau mempengaruhi omset ? ataupun harga ?

C. Berkaitan dengan persepsi PP No. 23 Tahun 2018

1. Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang PP 23 Tahun 2018 ?
2. Bagaimana pendapat/ persepsi Bapak/Ibu mengenai aturan terbaru terkait penurunan tarif pajak UMKM sebesar 1% menjadi 0,5% yang mulai diterapkan tahun 2018 ?
3. Dengan diterapkannya tarif baru ini apa manfaat/ dampak terhadap usaha Bapak/Ibu ini ?
4. Dengan diterapkannya tarif dan peraturan baru ini apakah membantu dalam proses pemenuhan kewajiban perpajakan ?
5. Pemerintah menyatakan bahwa maksud dirubahnya peraturan ini adalah untuk mendorong masyarakat berperan serta dalam kegiatan ekonomi formal, dengan memberikan kemudahan dan lebih berkeadilan kepada Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu untuk jangka waktu tertentu khususnya UMKM. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu terhadap pernyataan pemerintah tersebut ?

Lampiran 2

] TRANSKIP WAWANCARA

1. Nama : Ibu R

Usia : 29 Tahun

Memiliki UMKM konvensional dibidang Industri Kreatif subsektor *fashion*

Waktu Wawancara : Sabtu, 1 Juni 2019

No	Pertanyaan		Jawaban
1.	Profil UMKM	Nama Usaha/UMKM?	Toko X
		Nama pemilik?	Ibu R
		Umur pemilik?	Saya kelahiran tahun 1992, skrng masih 28 sih, tapi agustus nanti saya 29
		Bergerak dibidang apa?	Bisnis saya ini bergerak di bidang fashion, terutama baju dan tas.
		Sejarah berdirinya usaha ?	Awal berdiri usaha ini, saya masih menjadi mahasiswa disalah satu univ di malang, nah pada waktu itu saya menjadi mahasiswa semester akhir yang lagi menunggu wisuda. Kan lagi dijadikanya pengangguran tuh. Saya sama salah satu teman saya isengiseng jualan baju yang kita ambil dari salah satu Gudang baju di malang, untuk dapat penghasilan tambahan kan mbak

			dari pada ganggur gak jelas dikosan dan juga untuk mengisi kekosongan. Itusih awalnya, Alhamdulillahnya sampai skrng.
		Tahun beroperasi?	Tahun berdiri usaha ini sekitar 7 tahun lalu.
		Berapa modal awal memulai usaha ini?	Untuk modal dari uang simpanan saya sama teman saya, saya ingat sekali waktu itu kita patungan 500 ribu perorang. Ya jadi modalnya 1 jutalah.
		Jumlah karyawan?	Sampai saat ini karyawan 5 orang. 2 di toko ini, 2 di mall dinoyo. Dan 1 di lippo batu.
		Alamat tempat usaha?	Jl. Gajayana. Cabang 1 : mall dinoyo lantai 4. Cabang 2 : lippo mall batu Intai 4.
		Bahan baku untuk membuat produk didapatkan dari mana ?	Untuk barang tidak ada yang kita produksi sendiri sih, semua kita ambil dari pusat dan Gudang. Jdi kita ini reseller resmi gitu.
		Pemasaran yang dilakukan saat ini (jangkauan pemasaran)?	Untuk jangkauan masih di pulau jawa aja sih mbak. Soalnya kita kan masih konvensional belum online jadi ya cuma daerah2 terdekat aja, paling kalau yang dari luar kota ya lagi liburan di malang mungkin terus beli di toko kita hehe.
		Berapa omset perbulan?	Untuk omset kadang tergantung ya, kayak sekarang lagi banyak karena kan mau lebaran. Kalau hari biasa ya gak sebanyak sekarang. Di pukul rata aja ya mbak omset perbulan kalau di jumlahkan dari 3 cabang sekitar 40 jutaan.

2.	Berkaitan dengan pengenaan kewajiban perpajakan.	Apakah Bapak/Ibu mempunyai NPWP ?	Punya mbak.
		Sejak kapan menjadi wajib pajak ?	Sejak 5 tahun lalu.
		Apakah Bapak/Ibu melakukan pembukuan/pencatatan ?	Ya , yang saya lakukan hanya pencatatan. Karena setau saya, WPOP yang omsetnya tidak lebih dari 4,8M pertahun kan tidak diwajibkan melakukan pembukuan secara rinci ya. Hanya pencatatan agar tau berapa penghasilan secara keseluruhan.
		Pajak apa saja yang selama ini Bapak/Ibu bayarkan atas usaha ini ?	Sejak 5 tahun menjadi WP, 2 tahun pertama kan usaha saya belum terlalu mendapatkan untung/omset yang banyak. Jadi saya belum membayar pajak. Setelah alhamdulillahnya 3 tahun terakhir usaha saya sudah maju. Mulailah saya membayar pajak atas usaha ini yaitu 1% tapi kan skrng sudah turun kan jadi 0,5%. Nah saya kan sewa booth di dalam mall tuh. Saya gak kena pajak sepertinya mbak, jadi ya saya Cuma bayar sewa aja. Tapi sepetinya uang sewa itu sudah sama pajaknya juga deh mbak. Saya bayar pajak segitu, karena saya rasa omset saya belum 4,8 M pertahun. Jadi masih bisa ikut pajak 0,5% itu. Aduh mbak, kalau untuk karyawan saya belum pungut pajak kasihan gajinya saja belum seberapa.
		Bagaimana Bapak/Ibu menghitung jumlah pajak yang terutang atas usaha ini secara umum ?	Dengan cara melakukan pencatatan kan jadi di tahu omset berbulan brpa nah itu saya jdikan

			dsar pembayar pajak saya. Kalau untuk usaha ini ya. Kalau untuk pribadi kan beda mbak hehe. Kebetulan NPWP saya pisah dari suami.
		Apakah Bapak/Ibu mengalami kesulitan dalam menghitung pajak terutang ?	Kalau untuk usaha ini tidak sulit mbak, karena kan tinggal jumlahkan semua omset perbulanya dikalikan 0,5% saja. Untuk pajak pribadinya yang mungkin agak sulit mbak.
		Dalam melakukan pembukuan apakah Bapak/Ibu mengalami kesulitan dalam proses pembayaran dan pelaporan pajak ?	Sebenarnya kalau di mengerti semua itu tidak sulit mbak. Tapi ya kadang saya bingung dengan ribetnya pajak jadi ya bgtulah mbak hehe.
		Apakah Bapak/Ibu tepat waktu dalam proses pembayaran pajak dan pelaporan pajak ?	Bisa di bilang tepat waktu.
		Jika mengalami kesulitan apa yang Bapak/Ibu lakukan ?	Meminta bantuan sama suami, teman ataupun sodara yang mengerti mungkin.
		Apakah dari pajak yang dikenakan mempengaruhi HPP ? atau mempengaruhi omset ? ataupun harga ?	Saya lebih main ke harga sih , jadi harganya saya perhitungkan lagi. Saya masukin pajak ke harga barang itu sendiri.
3.	Berkaitan dengan persepsi PP No. 23 Tahun 2018	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang PP 23 Tahun 2018 ?	Untuk penerapan PP No. 23 Tahun 2018 saya paham kok itu kan yang penurunan tarif 1% jadi 0,5% terus batas waktunya ada juga diperaturan sekarang. Saya awalnya dengar diradio terus saya cari tau di internet sih sama tanya orang kantor pajak.
		Bagaimana pendapat/ persepsi Bapak/Ibu mengenai aturan terbaru terkait penurunan tarif pajak UMKM sebesar 1% menjadi 0,5% yang mulai diterapkan tahun 2018 ?	Kslsu untuk PP ini yang pastinya agak meringankan UMKM bagi yang paham akan PP ini ya mbak. Saya pribadi jadi gak wawas sih kalau bayar pajak misalkan

			keadaan omset tidak terlalu besar. Karena tarif pajaknya kan kecil aja sih. .
		Dengan diterapkannya tarif baru ini apa manfaat/ dampak terhadap usaha Bapak/Ibu ini ?	Tarif dari 1% ke 0,5% ini kan otomatis labaku jadi naik. Nah itu saya gunakan untuk modal lagi sih, sama untuk buka booth di mall lain. Bisa saya katakan semenjak ada penurunan tarif ini laba saya tentunya naik. Kalau laba naik kan otomatis saya bisa mengembangkan usaha ini lagi contohnya dengan memperbanyak stok barang, atau mungkin bisa buka booth lagi dimall lain. Dengan diberlakukannya PP ini juga membantu saya dalam proses pemenuhan kewajiban perpajakan
		Dengan diterapkannya tarif dan peraturan baru ini apakah membantu dalam proses pemenuhan kewajiban perpajakan ?	Tentu saja.
		Pemerintah menyatakan bahwa maksud dirubahnya peraturan ini adalah untuk mendorong masyarakat berperan serta dalam kegiatan ekonomi formal, dengan memberikan kemudahan dan lebih berkeadilan kepada Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu untuk jangka waktu tertentu. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu terhadap pernyataan pemerintah tersebut ?	Iya saya setuju. Tapi kurangnya sosialisasi membuat saya pribadi sebenarnya ya mbak kurang paham tentang peraturan ini seperti apa. Yang saya tau ya pokoknya ada penurunan tarif terus ada jangka waktunya gitu. Pada akhirnya saya memutuskan untuk mencari tau sendiri lewat internet ataupun tanya ke kantor pajak. Di sisi lain pemerintah mau kita taat pajak, tetapi tindakan dari pemerintah sendiri masih minim. Ya contohnya sosialisasi tentang pajak gitu.

2. Nama : Ibu K

Usia : 25 Tahun

Memiliki UMKM konvensional dibidang Industri Kreatif subsektor *fashion*

Waktu Wawancara : Sabtu, 1 Juni 2019

No	Pertanyaan		Jawaban
1.	Profil UMKM	Nama Usaha/UMKM?	Toko Y
		Nama pemilik?	Ibu K
		Umur pemilik?	Umur saya 35 tahun.
		Bergerak dibidang apa?	<i>Fashion</i> mbak, pakaian wanita
		Sejarah berdirinya usaha ?	Dari dulu emang pengen banget punya usaha, selesai SMA itu saya kerja di parik rokok untuk ngumpul modal buat buka usaha. Emang udah niat banget jadi sudah di planning untuk usaha ini. Setelah beberapa tahun saya kerja di pabrik rokok, saya menikah dan ngumpul modal berdua suami buka usaha toko ini
		Tahun beroperasi?	Sejak 2015
		Berapa modal awal memulai usaha ini ?	Modal awal pada tahun 2015 itu 10 juta lebih kalau gak salah. Sudah lama banget mbak lupa hehe, ya sekitar segitulah. Untuk sewa toko pertama yang disebelah itu, dan sisanya untuk beli bahan dan lainlainnya operasional tokolah.

		Jumlah karyawan ?	Karyawan ditoko sebelah 3, dan di toko ini saya dan ada 1 karyawan lagi. Jadi total karyawan 4.
		Alamat tempat usaha?	Jl. Gajayana
		Bahan baku untuk membuat produk didapatkan dari mana ?	Barang semua saya belanja di tanah abang Jakarta, jadi setiap bulan saya ke sana belanja barang baru. Tidak ada yang saya produksi sendiri sih mbak.
		Pemasaran yang dilakukan saat ini (jangkauan pemasaran)?	Jangkauan pemasaran sepertinya paling hanya di pulau jawa saya mbak, terutama jawa timur.
		Berapa omset perbulan?	Untuk omset itu tergantung ya mbak. Bisa berubah2, kadang tergantung musim. Seperti sekarang kan mau lebaran sebulan bisa 70 jutaan. Kalau hari biasa yang gak ada hari besar gitu 50 jutaan ada mbak.
2.	Berkaitan dengan pengenaan kewajiban perpajakan.	Apakah Bapak/Ibu mempunyai NPWP ?	Tidak punya mbak, hanya suami saya saja yang punya.
		Sejak kapan menjadi wajib pajak ?	Aduh mbak, saya kurang mengerti soal pajak. Apalagi wajib pajak hehe.
		Apakah Bapak/Ibu melakukan pembukuan/pencatatan ?	Saya hanya melakukan pencatatan sederhana saja mbak, untuk liat barang masuk dan keluar perhari. Dan juga omset perharinya
		Pajak apa saja yang selama ini Bapak/Ibu bayarkan atas usaha ini ?	Belum mbak, saya belum pernah bayar pajak selama mendirikan usaha ini. Karena saya ya gak tau soal pajak pajak mbak. Bayar pajak paling ya pajak motor. Waduh mbak nanya soal pajak ya, saya kira tentang

			<p>pemasaran. Saya tidak baca baik-baik surat penelitiannya mbak.</p> <p>Kalau soal pemasaran saya masih paham, kalau pajak mbak saya gak tau. Kalau untuk toko yang saya sewa toko ini ya saya Cuma bayar uang sewa saja. Untuk pajak bangunanya mungkin yang menyewakan yang membayarnya. Kalau pajak motor saya bayar sama pajak rumah.</p>
		<p>Bagaimana Bapak/Ibu menghitung jumlah pajak yang terutang atas usaha ini secara umum ?</p>	<p>Gimana ya mbak, saya belum tau juga soal perhitungan pajak.</p>
		<p>Apakah Bapak/Ibu mengalami kesulitan dalam menghitung pajak terutang ?</p>	<p>Pasti mbak, soalnya saya sma sekali tidak mengerti soal pajak. Dari pemerintahpun gak ada sma sekali himbauan untuk bayar pajak.</p>
		<p>Dalam melakukan pembukuan apakah Bapak/Ibu mengalami kesulitan dalam proses pembayaran dan pelaporan pajak ?</p>	<p>Kesulitan mbak, karena kan saya tidak mengerti mungkin ya soal pajak. Sewa ruko ini juga saya kan tidak bayar pajak sih. Jadi saya tinggal bayar uang sewa ruko aja. Ndak ada pajak pajak.</p>
		<p>Apakah Bapak/Ibu tepat waktu dalam proses pembayaran pajak dan pelaporan pajak ?</p>	<p>Kalau pajak motor saya tepat waktu. Soalnya takut denda kan.</p>
		<p>Jika mengalami kesulitan apa yang Bapak/Ibu lakukan ?</p>	<p>Ya gmn ya mbak, saya belum pernah bayar pajak mbak.</p>
		<p>Apakah dari pajak yang dikenakan mempengaruhi HPP ? atau mempengaruhi omset ? ataupun harga ?</p>	<p>Kalaupun saya bayar pajak ya mbak, mungkin saya akan mempengaruhi harga barang sih.</p>
3.	<p>Berkaitan dengan persepsi PP No. 23 Tahun 2018</p>	<p>Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang PP 23 Tahun 2018 ?</p>	<p>Tidak paham saya mbak soal itu hehe , saya cuma tau pajak atas kendaraan bermotor sama PBB selain itu urusan suami saya. Iya mbak dengar sekilas saya belum pernah sepertinya. Sosialisasi dari</p>

			pemerintah pajak yo gak ada mbak. Saya masyarakat awam mana tau peraturan pajak sampai detail gitu.
		Bagaimana pendapat/ persepsi Bapak/Ibu mengenai aturan terbaru terkait penurunan tarif pajak UMKM sebesar 1% menjadi 0,5% yang mulai diterapkan tahun 2018 ?	Kalau saya coba memahami tentang PP yang mbak jelaskan tadi, kalau ada penurunan ya mungkin lebih memudahkan dan meringankan ya dibanding dengan peraturan yang sebelumnya. Tertarik ya, hmmm gimana ya. Kalau untuk kedepannya ya pasti saya jelas tertarik untuk membayar pajak atas usaha ini.
		Dengan diterapkannya tarif baru ini apa manfaat/ dampak terhadap usaha Bapak/Ibu ini ?	Saya sendiri kan belum membayar pajak sesuai dengan PP ini jadi saya belum merasakan manfaatnya untuk usaha saya sendiri sih mbak/
		Dengan diterapkannya tarif dan peraturan baru ini apakah membantu dalam proses pemenuhan kewajiban perpajakan ?	Sepertinya membantu untuk UMKM yang sudah membayar pajak kalau saya coba memahami tentang PP yang mbak jelaskan tadi, kalau ada penurunan ya mungkin lebih memudahkan dan meringankan ya dibanding dengan peraturan yang sebelumnya.
		Pemerintah menyatakan bahwa maksud dirubahnya peraturan ini adalah untuk mendorong masyarakat berperan serta dalam kegiatan ekonomi formal, dengan memberikan kemudahan dan lebih berkeadilan kepada Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu untuk jangka waktu tertentu. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu terhadap pernyataan pemerintah tersebut ?	Setuju mbak, tapi gimana ya. Pemerintah sendiri kurang adanya pemberitahuan soal tata cara membayar pajak untuk masyarakat awam kyk saya contohnya. Saya usaha ya usaha aja ya mbak, mikir pajak belum ada walaupun ya usaha saya sudah tergolong lama. Tapi buktinya bebas aja dari jangkauan pajak pemerintah hehe.

3. Nama : Ibu L

Usia : 27 Tahun

Memiliki UMKM konvensional dibidang Industri Kreatif subsektor *fashion*

Waktu Wawancara : Minggu, 2 Juni 2019

No	Pertanyaan		Jawaban
1.	Profil UMKM	Nama Usaha/UMKM?	Toko Z
		Nama pemilik?	Ibu L
		Umur pemilik?	Umur 27 tahun.
		Bergerak dibidang apa?	<i>Fashion</i> ya kalau bajubaju hehe, baju gamis Muslimah mbak khususnya.
		Sejarah berdirinya usaha ?	Awalnya emang suka jualan-jualan baju gitu. Mulai dari jual baju bekas bekas di facebook. Untungnya saya tabung, dan akhirnya saya buat baju sendiri. Terus buka toko deh didepan rumah ini. Dari pada jadi ibu rumah tangga nganggur kan hhe.
		Tahun beroperasi?	Alhamdulillah dari 2015 mbak.
		Modal awal memulai usaha ini?	Modal awal 5 jutaan.
		Jumlah karyawan?	2 aja mbak, belum banyak.
		Alamat tempat usaha?	Villa Bukit tidar
		Bahan baku untuk membuat produk didapatkan dari mana ?	Bahan baku saya dapat dari bandung, terus saya jahit sesuai desain yang saya inginkan.

			Jahitnya dipenjahin yang sudah saya kontrak gituloh mbak, jadi dia khusus jahit project saya gitu.
		Pemasaran yang dilakukan saat ini (jangkauan pemasaran)?	Yang datang ke toko ya masih sekitar jawa timur saja mbak. Tapi kalau yang pesan lewat WA ya paling jauh ada pernah dari makassar. Saya mau mencoba membuka di shoppe mungkin pemasaran nanti lebih luar ya hehe.
		Berapa omset perbulan?	Omset perbulan bisa 15 jutaan mbak.
2.	Berkaitan dengan pengenaan kewajiban perpajakan.	Apakah Bapak/Ibu mempunyai NPWP ?	Punya mbak
		Sejak kapan menjadi wajib pajak ?	Bisa dikatakan 3 tahun lalu
		Apakah Bapak/Ibu melakukan pembukuan/pencatatan ?	Saya hanya melakukan mencatat sih mbak. Belum pembukuan yang rinci gitu.
		Pajak apa saja yang selama ini Bapak/Ibu bayarkan atas usaha ini ?	Pajak ya, kan ini saya buka tokox dirumah. Ya saya bayar tentu saya bayar PBB atas rumah ini ya. Toko ini kan termasuk rumah ini, sama ya saya bayar 0,5% dari omset sih. Saya rasa usaha saya ini tergolong UMKM. Apa sih mbak pajaknya, cuma 0,5% aja kan. Itu juga barubaru ini diturunin.
		Bagaimana Bapak/Ibu menghitung jumlah pajak yang terutang atas usaha ini secara umum ?	Kalau untuk PBB sendiri kan udah ada tuh SPT PBB, kalau untuk pajak UMKMnya. Ya saya jumlahkan omset, terus tinggal di kali 0,5% aja sih.

		Apakah Bapak/Ibu mengalami kesulitan dalam menghitung pajak terutang ?	Sejauh ini tidak sih mbak, soalnya suami saya lumayan mengerti soal pajak.
		Dalam melakukan pembukuan apakah Bapak/Ibu mengalami kesulitan dalam proses pembayaran dan pelaporan pajak ?	Gak begitu kesulitan kok mbak.
		Apakah Bapak/Ibu tepat waktu dalam proses pembayaran pajak dan pelaporan pajak ?	Bisa dibilang tepat waktu.
		Jika mengalami kesulitan apa yang Bapak/Ibu lakukan ?	ya paling suami nanya ke teman2 kantornya. Kalau untuk pake jasa konsultan gitu saya rasa gak perlu sih mbak. Soalnya selama saya bayar pajak belum ada pajak yang terlalu membingungkan. Soalnya suami saya juga PNS, saya usaha kecil2an aja. Jadi ya pajaknya paling ituitu saja mbak.
		Apakah dari pajak yang dikenakan mempengaruhi HPP ? atau mempengaruhi omset ? ataupun harga ?	Saya sih mainya di harga, jadi di naikan sedikit mbak. Biar gak terlalu pengaruh ke omset walaupun omset tidak tinggi.
3.	Berkaitan dengan persepsi PP No. 23 Tahun 2018	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang PP 23 Tahun 2018 ?	Oh ngerti kok mbak soal PP No. 23 Tahun 2018 itu. Kalau untuk PP terkait penurunan tarif ini saya taunya itu waktu ada sosialisasi di sekitar kampung ini, tapi sepertinya itu bukan dari pihak pajaknya sepertinya kalau saya tidak salah ingat dari mahasiswa gitu mbak
		Bagaimana pendapat/ persepsi Bapak/Ibu mengenai aturan terbaru terkait penurunan tarif pajak UMKM sebesar 1% menjadi 0,5% yang mulai diterapkan tahun 2018 ?	Pasti menguntungkan bagi saya dan mungkin UMKM yang lain mbak, Namanya jga penurunan ya. Ya betul mbak, keadilanya juga ya. Jadi kalau omset tidak terlalu besar its okay untuk tetap baya pajak.

		<p>Dengan diterapkannya tarif baru ini apa manfaat/ dampak terhadap usaha Bapak/Ibu ini ?</p>	<p>Nah saya termasuk WP yang sebelumnya sempat bayar dengan tarif 1% kan mbak, setelah sekarang sudah turun jadi 0,5% selisih dari setelah penurunan itu, saya gunakan untuk tambah modal untuk ngambil baju lebih banyak lagi. Sama mungkin mau sewa ruko bukan dirumah lagi hehe Aamiin. Pasti mbak (pertumbuhan UMKM), pasti akan membuat usaha-usaha sejenis ini semakin berkembang dan bertumbuh karena adanya kemudahan dan keringanan itu mbak. tapi ada jangka waktunya itu yg bikin gupuh apa sih gupuh panik haha. Tapi jangka waktu lumayan lama kok untuk belajar pembukuan yang baik dan benar.</p>
		<p>Dengan diterapkannya tarif dan peraturan baru ini apakah membantu dalam proses pemenuhan kewajiban perpajakan ?</p>	<p>Sejauh ini sama saja sih mbak.</p>
		<p>Pemerintah menyatakan bahwa maksud dirubahnya peraturan ini adalah untuk mendorong masyarakat berperan serta dalam kegiatan ekonomi formal, dengan memberikan kemudahan dan lebih berkeadilan kepada Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu untuk jangka waktu tertentu. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu terhadap pernyataan pemerintah tersebut ?</p>	<p>Setuju mbak, tapi ada jangka waktunya itu yg bikin gupuh apa sih gupuh panik haha. Tapi jangka waktu lumayan lama kok untuk belajar pembukuan yang baik dan benar. Saran untuk pemerintah sih, harus lebih gencar-gencarnya sosialisasi soal pajak UMKM ini, soalnya mungkin masih banyak yang bingung soal pajak ini. Apalagi masyarakat awam yang baru mulai UMKM terus sudah disuruh bayar pajak pasti bingung dan panik ya. Itu aja sih mbak.</p>

4. Nama : Ibu AS

Usia : 23 Tahun

Memiliki UMKM *e-commerce online marketplace* dibidang Industri Kreatif subsektor *fashion*

Waktu Wawancara : Minggu, 2 Juni 2019

No	Pertanyaan		Jawaban
1.	Profil UMKM	Nama Usaha/UMKM?	Toko A
		Nama pemilik?	Ibu AS
		Umur pemilik?	23 tahun mbak.
		Bergerak dibidang apa?	Hijab dong pastinya. Iya fashion mbak.
		Sejarah berdirinya usaha ?	Awalnya itu karena ngerasa gak cocok aja sama kerjaan yang sebelumnya. Sebelumnya saya kerja kantoran kan mbak, nah kok rasanya gak efektif aja waktunya terus pendapatanya juga gak seberapa. Saya dulu kerjanya di perusahaan baju juga. Kerjanya tidak sesuai posisi saya juga, di suruh ² yang bukan seharusnya kerjaan saya. Akhirnya saya memutuskan untuk resign dari kerjaan itu dan memutuskan untuk buka usaha. Ya usaha jualan jilbab ini mbak.
		Tahun beroperasi?	2016 akhir mbak.
		Berapa modal awal memulai usaha ini?	Sekitar 2 juta kalau gak salah mbak.

		Jumlah karyawan?	4 orang sih, 2 tukang jahitnya. 1nya admin kalau sabtu minggu. Satunya lagi saya sendiri hehe
		Alamat tempat usaha?	Jl. Ciliwung
		Bahan baku untuk membuat produk didapatkan dari mana ?	Awal buka usaha saya ambilnya di Surabaya, seiring berjalanya waktu dapat produsen kain yang lebih murah di bandung mbak. Jadi skrng bahan bakunya dari bandung.
		Pemasaran yang dilakukan saat ini (jangkauan pemasaran)?	Jangkauan pemasaran sih paling banyak dari pulau jawa ya, tapi dari luar jawa juga sudah ada. Reseller ada juga sampai di papua. Bahkan singapura, hongkong ada mbak Alhamdulillah.
		Berapa omset perbulan?	Omset perbulanya bisa 35 juta. Tapi kalau mau dekat lebaran gini bisa 2x lipatnya.
2.	Berkaitan dengan pengenaan kewajiban perpajakan.	Apakah Bapak/Ibu mempunyai NPWP ?	Ada mbak.
		Sejak kapan menjadi wajib pajak ?	Setau saya kan kalau sudah ada penghasilan seharusnya sudah bisa jadi wajib pajak kan mbak. Mungkin beberapa waktu dekat saya akan menjadi wajib pajak mbak.
		Apakah Bapak/Ibu melakukan pembukuan/pencatatan ?	Saya melakukan pencatatan sih mbak.
		Pajak apa saja yang selama ini Bapak/Ibu bayarkan atas usaha ini ?	Untuk usaha ini sendiri saya belum pernah bayar pajak apa2 sih mbak. Karena yang saya pikir kan omset juga belum terlalu besar2 juga. Tapi kalau di tanya kemauan untuk bayar pajak, pasti ada mbak.

			<p>Cuma untuk sekarang sih mungkin karena belum ngerti jadi masih ogah-ogahan hhe. Tapi pajak itu kayaknya ribet ya mbak, alurnya ituloh sepertinya haduh. Oh ya mbak ? bisa pakai jasa konsultan ? astaga mahal juga mbak. Ya mungkin secepatnya saya akan menjalankan kewajiban perpajakan atas usaha ini ya hehe Masih belum bayar pajak apa-apa saya mbak, belum telalu paham juga tentang pajak yang harus saya bayar atas usaha yang saya jalani ini. Tapi kemaren NPWP saya buat karena mau beli kendaraan jadi harus ada NPWP akhirnya saya buatlah NPWP. Kalau di shoope mbak, ada potongan 1% dari penjualan setiap customer. Misalnya nih customer beli empat jilbab jadi total pembelanjaan customer itu di kurang 1%. Masuk ke rekening shoope saya yah sudah di kurang 1% itu. Keteranganya di shoppennya sih biaya administrasi. Gitu aja sih mbak</p>
		<p>Bagaimana Bapak/Ibu menghitung jumlah pajak yang terutang atas usaha ini secara umum ?</p>	<p>Belum tau sama sekali tentang perhitungan pajak sih mbak.</p>
		<p>Apakah Bapak/Ibu mengalami kesulitan dalam menghitung pajak terutang ?</p>	<p>Bukan kesulitan sih mbak, tapi sejauh ini kan saya belum sama sekali mikir soal pajak sih. Jadi ya belum tau sulit atau gaknya hehe</p>
		<p>Dalam melakukan pembukuan apakah Bapak/Ibu mengalami kesulitan dalam proses pembayaran dan pelaporan pajak ?</p>	<p>Saya kan sejauh melakukan pembukuan hanya untuk mengetahui untung dan laba perbulan berapa. Belum untuk pelaporan pajak dsb sih mbak</p>

		Apakah Bapak/Ibu tepat waktu dalam proses pembayaran pajak dan pelaporan pajak ?	Ya belum lah mbak.
		Jika mengalami kesulitan apa yang Bapak/Ibu lakukan ?	Mungkin ya mbak, kalau saya membayar pajak gitu. Terus seandainya saya mengalami kesulitan, saya paling minta tolong orang tua saya ya atau teman saya yang mungkin paham lah soal pajak. Konsultan saya belum tertarik mbak, mahal juga hehe.
		Apakah dari pajak yang dikenakan mempengaruhi HPP ? atau mempengaruhi omset ? ataupun harga ?	Saya kan jualan sampai saat ini online ya di Instagram dan juga di shoope. Nah di shoope itu ada kena biaya adm 1%. Nah itu saya main di harga aja sih mbak. Harganya saya naikan 1% gitu hehe tapi saya gak tau itu pajak atau bukan sih.
3.	Berkaitan dengan persepsi PP No. 23 Tahun 2018	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang PP 23 Tahun 2018 ?	Saya tidak tau mbak peraturan itu Pajak juga ribet mbak berbelit-belit prosesnya <i>Sosialisasi pajak juga belum pernah ada tentang peraturan-peraturan pajak</i>
		Bagaimana pendapat/ persepsi Bapak/Ibu mengenai aturan terbaru terkait penurunan tarif pajak UMKM sebesar 1% menjadi 0,5% yang mulai diterapkan tahun 2018 ?	Setelah dengar penjelasan mbak tadi, seandainya saya bayar pajak mungkin agak meringankan juga sih karena kan adanya penurunan tarif sih. Dimana mana yang Namanya menurunkan pasti meringankan.
		Dengan diterapkannya tarif baru ini apa manfaat/ dampak terhadap usaha Bapak/Ibu ini ?	Karena saya belum membayar pajak yang mungkin seharusnya saya bayarkan, jadi belum ada dampak ataupun manfaat dari pajak penerapan tarif baru ini sih. Tapi kalau ilustrasinya seperti yang mbak jelaskan tadi, selisih untung dari penurunan tarif saya

			mungkin gunakan untuk pengembangan usaha lagi.
		Dengan diterapkannya tarif dan peraturan baru ini apakah membantu dalam proses pemenuhan kewajiban perpajakan ?	Sepertinya dengan syarat Cuma 0,5% dikali omset kayaknya memudahkan untuk membayar pajak. Tapi coba nanti saya membuat NPWP dan membayar pajak yang seharusnya saya bayar baru saya bisa lebih memastikan
		Pemerintah menyatakan bahwa maksud dirubahnya peraturan ini adalah untuk mendorong masyarakat berperan serta dalam kegiatan ekonomi formal, dengan memberikan kemudahan dan lebih berkeadilan kepada Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu untuk jangka waktu tertentu. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu terhadap pernyataan pemerintah tersebut ?	Setuju sih mbak, tapi Alangkah lebih baik mungkin di lakukan sosialisasi gitu yak sama online2 shop gitu. Pengguna e-commerce biar lebih paham soal pajak yang harus di bayarkan . apalagi seperti saya yang buta banget soal pajak. Mungkin kemauan dari diri juga harus ada ya untuk taat pajak. Tapi ya mau gimana mbak, dari saya pribadi harus ada dorongan lebih dari pemerintah sih dan tindakan tegas baru mungkin ada kemauan dari masyarakat untuk lebih taat pajak.

5. Nama : Ibu DM

Usia : 294Tahun

Memiliki UMKM *e-commerce online marketplace* dibidang Industri Kreatif subsektor *fashion*

Waktu Wawancara : Jum'at, 31 Mei2019

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Profil UMKM Nama Usaha/UMKM?	Toko B

	Nama pemilik?	Ibu DM
	Umur pemilik?	Umur saya 24 tahun.
	Bergerak dibidang apa?	Usaha saya <i>fashion</i> kan kayaknya mbak kalau jilbab. Iya <i>fashion</i> muslim.
	Sejarah berdirinya usaha ?	Saya kan kerja di RS UB, nah kerja itu saya shift2an. Jadi kalau selesai shift gitu pulang ke kosan saya Cuma tidur, makan, jalan-jalan sama teman-teman. Lama kelamaan sya mikirnya kok kayak gak produktif, jadi saya mikir-mikir apa saya jualan ya. Tapi yang gak ribet gitu nah, gak sampai mengganggu pekerjaan dan waktu saya kerja di RS UB juga. Nah waktu itu langsung kepikiran aja jualan jilbab. Alhamdullilah banyak yang minat. Akhirnya di telateni sampai sekarang deh.
	Tahun beroperasi?	Sejak 2016. Berarti sudah sekitar 3 tahunlah ya.
	Berapa modal awal memulai usaha ini?	Untuk modal awal kalau gak salah ingat sekitar 1.5 juta.
	Jumlah karyawan?	Karyawan masih 2, admin sama yang ke packing barang
	Alamat tempat usaha?	Jl. Akordion gang 7
	Bahan baku untuk membuat produk didapatkan dari mana ?	Bahan baku saya belinya di sidoarjo mbak. Di pasar larangan
	Pemasaran yang dilakukan saat ini (jangkauan pemasaran)?	Sampai saat ini kan online tuh, jualan di Instagram dan shoppe. Itu sudah sampai Timika papua pernah ada yang pesan. Tapi pernah ada yang ke tag kita di intagram dari Malaysia. Gak tau

			itu reseller yang jualan atau dia emng beli di kita tapi dibawa ke Malaysia.
		Berapa omset perbulan?	Untuk omset itu tergantung ya mbak. Bisa berubah2, gak menetap juga perharinya kadang tergantung musim. Biasanya 25 juta berbulan, tapi kalau sekarang kan lagi musim lebaran jadi bisa meningkat lah yaa.
2.	Berkaitan dengan pengenaan kewajiban perpajakan.	Apakah Bapak/Ibu mempunyai NPWP ?	Punya mbak.
		Sejak kapan menjadi wajib pajak ?	Masih baru mbak saya buat NPWP buat karena mau ngurus surat siurat yang syaratnya harus ada NPWP akhirnya saya buatlah NPWP.
		Apakah Bapak/Ibu melakukan pembukuan/pencatatan ?	Saya melakukan pencatatan di buku aja sih mbak.
		Pajak apa saja yang selama ini Bapak/Ibu bayarkan atas usaha ini ?	Kalau selama ini sih saya bayar pajak motor, pajak kendaraan kan hehe. Tapi kalau atas usaha ini belum bayar pajak apa2 sih mbak. Saya juga bingung harus bayar pajak apa atas usaha yang saya jalankan ini. Saya rasa keuntungan saya juga belum terlalu banyak untuk membayar pajak.. Belum mbak, saya belum pernah bayar pajak atas usaha ini. Omset saja kadang harus saya putar balik ya buat modal lagi. Jadi untuk bayar pajak mungkin kalau bener-bener omset saya ada lebih banyak lah. Lagian saya juga belum paham ya soal pajak atas transaksi online ini. Beda kan mbak sama yang

			usaha ada tokonya itu. Kasarnya transaksi online saya ini kan gak kelihatan mbak, jadi gak masalah lah kalau belum bayar pajak juga. Beda halnya kalau saya ada toko yang bener-bener kelihatan dengan mata kepala. Mungkin itu pasti dikenakan pajak
		Bagaimana Bapak/Ibu menghitung jumlah pajak yang terutang atas usaha ini secara umum ?	Masih belum paham sama sekali mbak
		Apakah Bapak/Ibu mengalami kesulitan dalam menghitung pajak terutang ?	Waduh, jangan di tanya hehe. Kesulitan banget, sampai sekarang saja kan saya belum ngerti soal pajak atas usaha ini.
		Dalam melakukan pembukuan apakah Bapak/Ibu mengalami kesulitan dalam proses pembayaran dan pelaporan pajak ?	Iya, mungkin karena pemikiran saya terbagi tidak terlalu fokus ke pajak dan pajak sendiri saya belum begitu paham jadi agak sulit.
		Apakah Bapak/Ibu tepat waktu dalam proses pembayaran pajak dan pelaporan pajak ?	Iya, mungkin krna pemikiran saya terbagi tidak terlalu fokus ke pajak dan pajak sendiri saya belum begitu paham jadi agak sulit.
		Jika mengalami kesulitan apa yang Bapak/Ibu lakukan ?	Sejauh ini saya biarkan saja sih mbak, belum terlalu juga kan fokus ke pajak atas usaha ini, ya omset saya juga mungkin belum terlalu banyak juga. Tapi kalau mungkin suatu saat saya bayar pajak dan mungkin mengalami kesulitan. Ya saya akan minta tolong saudara2 saya yang paham pajak atau siapa gtu masih belum terpikirkan hehe.
		Apakah dari pajak yang dikenakan mempengaruhi HPP ? atau mempengaruhi omset ? ataupun harga ?	Kalaupun nantinya saya bayar pajak atas usaha ini, mungkin akan saya mainkan di harga saja. Jadi harganya saya agak naikan

			sedikit, ya semua dengan perhitungan tersendiri lah mbak. Tapi pasti nanti mempengaruhi juga di omset sih.
3.	Berkaitan dengan persepsi PP No. 23 Tahun 2018	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang PP 23 Tahun 2018 ?	Saya belum terlalu paham soal penerapan PP No. 23 itu mbak, tapi sekilas pernah ada muncul di iklan yahoo saya. Saya Cuma baca sekilas sih ada penurunan tarif gitu setau saya.
		Bagaimana pendapat/ persepsi Bapak/Ibu mengenai aturan terbaru terkait penurunan tarif pajak UMKM sebesar 1% menjadi 0,5% yang mulai diterapkan tahun 2018 ?	Saya sudah dengar nih penjelasan tentang PP 23 itu, menurut saya mungkin sedikit meringankan UMKM ya. Karena kan adanya penurunan itu. Oh ya semua jawaban meringankan ya ? ya emag gitu sih. Tujuan pemerintah juga pasti untuk meringankan kan.
		Dengan diterapkannya tarif baru ini apa manfaat/ dampak terhadap usaha Bapak/Ibu ini ?	Belum merasakan dampaknya buat usaha saya sih, karena kan saya belum bayar pajak untuk aturan PP ini.
		Dengan diterapkannya tarif dan peraturan baru ini apakah membantu dalam proses pemenuhan kewajiban perpajakan ?	Mungkin kalau orang yang paham pajak mbak, mungkin akan kebantu. Tapi menurut saya sendiri, pemerintah menetapkan tarif itu tapi kurangnya pemberitahuan kepada masyarakat khususnya kita kan di bidang online gini. Kita bingung pajak apa yang harus kita bayar seharusnya. Apakah sama dengan jualan biasanya atau beda. Sosialisasi sih mbak. Tapi dari kitanya juga mungkin kurang ada kemauan untuk mencari tau, karna pajak sendiri ya ribet kan mbak. Jadi saya pribadi malas sih mbak nyari tau soal pajak dll itu .

		<p>Pemerintah menyatakan bahwa maksud dirubahnya peraturan ini adalah untuk mendorong masyarakat berperan serta dalam kegiatan ekonomi formal, dengan memberikan kemudahan dan lebih berkeadilan kepada Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu untuk jangka waktu tertentu. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu terhadap pernyataan pemerintah tersebut ?</p>	<p>Iya mbak saya setuju, tapi ya kembali lagi. Alangkah lebih baiknya pemerintah lebih melakukan sosialisasi dan upaya2 agar kita para online shop memahami pajak yang seharusnya kita bayarkan. Kalau untuk yang punya toko gitu mungkin ada ya mbak jelas penerapan pajaknya gmn. Kalau online shop kan belum ada setau saya. Mungkin pengetahuan saya sendiri soal pajak masih minim ya.</p>
--	--	--	---

6. Nama : Ibu D

Usia : 24 Tahun

Memiliki UMKM *e-commerce online marketplace* dibidang Industri Kreatif subsektor *fashion*

Waktu Wawancara : Minggu, 2 Juni 2019

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Profil UMKM	
	Nama Usaha/UMKM?	Toko C
	Nama pemilik?	Ibu D
	Umur pemilik?	24 tahun
	Bergerak dibidang apa?	Usaha saya dibidang <i>fashion</i> , pakaian wanita
	Sejarah berdirinya usaha ?	Memang dari dulu suka bikin baju sendiri, sebetuln ibu saya juga penjait. SMK itu saya ambil jurusan tata busana. Kan sudah biasa bikin baju, ilmu saya bikin

			<p>baju tambah banyak. Ada suatu saat saya pergi reuni, saya pakai baju buatan saya, nah disitu teman saya pada nanya beli baju dimana, bagus katanya. Mereka pesanlah di saya, dari situ saya mulai berpikir apa saya jualan baju aja. Tapi made by order. Nah saya nabunglah keuntungannya. Berjalanya waktu saya kuliah di Surabaya jurusan tata busana juga. Sambal kuliah saya juga terima orderan baju kebaya kebanyakan buat lamaran, wisuda, nikahan juga. Alhamdulillah sampai sekarang.</p>
		Tahun beroperasi?	Untuk kebaya ini yang bener-bener saya telatni itu dari 2016
		Berapa modal awal memulai usaha ini?	Modalnya untuk beli mesin jait, benang, patung-patung 7 jutaan lah mbak
		Jumlah karyawan?	Semua masih bisa saya handle sendiri sih mbak, tapi kadang kalo lagi riweh paling ibu saya yang bantu. Atau teman-tema kos saya.
		Alamat tempat usaha?	Jl. Joyo Mulyo
		Bahan baku untuk membuat produk didapatkan dari mana ?	Bahan baku saya biasanya dari yang pemesan jadi saya tinggal design dan jaitkan. Tapi kalau ada yang minta kain juga saya carinya di Surabaya. Pasar atom paling murah biasanya.
		Pemasaran yang dilakukan saat ini (jangkauan pemasaran)?	Pemasaran sudah sampai disumatra mbak paling jauh
		Berapa omset perbulan?	Omset belum terlalu besarlah mbak, yang penting bisa bayar kos, kuliah, sama kebutuhan

			sehari-hari. Bisa nabung juga buat masa depan
2.	Berkaitan dengan pengenaan kewajiban perpajakan.	Apakah Bapak/Ibu mempunyai NPWP ?	Belum ada mbak.
		Sejak kapan menjadi wajib pajak ?	Waduh belum e mbak, npwp aja saya gak punya
		Apakah Bapak/Ibu melakukan pembukuan/pencatatan ?	Pencatatan aja sih, kyk list pemesanan. Harganya, harga kain dan perlengkapan lainnya. Yang simple-simpel aja sih mbak. Biar gak lupa pengeluaran pemasukan sama data pemesan.
		Pajak apa saja yang selama ini Bapak/Ibu bayarkan atas usaha ini ?	Belum mbak, saya belum pernah bayar pajak atas usaha ini. Omset saja kadang harus saya putar balik ya buat modal lagi. Jadi untuk bayar pajak mungkin kalau benar-bener omset saya ada lebih banyak lah. Lagian saya juga belum paham ya soal pajak atas transaksi online ini. Beda kan mbak sama yang usaha ada tokonya itu. Kasarnya transaksi online saya ini kan gak kelihatan mbak, jadi gak masalah lah kalau belum bayar pajak juga. Beda halnya kalau saya ada toko yang benar-bener kelihatan dengan mata kepala. Mungkin itu pasti dikenakan pajak.
		Bagaimana Bapak/Ibu menghitung jumlah pajak yang terutang atas usaha ini secara umum ?	Masih belum tau tentang perhitungan pajak mbak.
		Apakah Bapak/Ibu mengalami kesulitan dalam menghitung pajak terutang ?	Kesulitan sih belum ya, karena kan memang belum bayar pajak. Dan belum tertarik bayar pajak.

			Soalnya ya itu tadi mbak. Omset aja masih pas-pasan kan hhe
		Dalam melakukan pembukuan apakah Bapak/Ibu mengalami kesulitan dalam proses pembayaran dan pelaporan pajak ?	Pencatatan yang saya lakukan sendiri kan bukan untuk membayar dan apa itu mbak melaporkan pajak. Hanya untuk biar saya tau aja keuntungan bahan-bahan yang saya beli dengan harga yang saya kasih ke kostemer.
		Apakah Bapak/Ibu tepat waktu dalam proses pembayaran pajak dan pelaporan pajak ?	Kan saya belum bayar pajak sih hehe, jadi ya gak tau tepat waktu atau gak.
		Jika mengalami kesulitan apa yang Bapak/Ibu lakukan ?	Mungkin lebih ke kesulitan memahami pajak apa yang harus saya bayar mungkin ya hehe. Apa ya mbak, kadang untuk membayar pajak sendiri itukan harus ada kesaran dari diri sendiri untuk mencari tau pajak yang seharusnya di bayarkan, dan juga bantuan dari pemerintah untuk lebih ada usaha agar para usaha kecil itu mengerti pajak apa.
		Apakah dari pajak yang dikenakan mempengaruhi HPP ? atau mempengaruhi omset ? ataupun harga ?	Mungkin nanti saya akan lebih ke harga sih mbak.
3.	Berkaitan dengan persepsi PP No. 23 Tahun 2018	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang PP 23 Tahun 2018 ?	Belum tau mbak saya juga belum pernah dengar tentang peraturan pajak itu. Sosialisasi dari pihak pajak belum pernah ada juga kok mbak, jadi ya saya tutup mata aja soal pajak. Apalagi usaha saya online susah juga untuk tau pajaknya
		Bagaimana pendapat/ persepsi Bapak/Ibu mengenai aturan terbaru terkait penurunan tarif pajak UMKM	Oh jadi peraturan itu penurunan tarif ya mbak. Kalau menurut pendapat saya setelah dengar

		sebesar 1% menjadi 0,5% yang mulai diterapkan tahun 2018 ?	penjelas mbak tentang peraturan itu mungkin ya memudahkan dan meringankan UMKM sih karena kan tarifnya semakin menurun, semakin murahlah.
		Dengan diterapkannya tarif baru ini apa manfaat/ dampak terhadap usaha Bapak/Ibu ini ?	Seandainya saya sudah membayar pajak dari tarif yang lama sampai tarif yang baru ini, mungkin selisih dari keuntungan penurunan tarif itu saya manfaatkan mungkin untuk nabung untuk beli mesin jait yang lebih bagus lagi hehe..
		Dengan diterapkannya tarif dan peraturan baru ini apakah membantu dalam proses pemenuhan kewajiban perpajakan ?	Pasti mbak, saya juga yakin UMKM yang taat pajaknya juga sebagian besar akan merasa terbantu dengan penurunan tarif ini.
		Pemerintah menyatakan bahwa maksud dirubahnya peraturan ini adalah untuk mendorong masyarakat berperan serta dalam kegiatan ekonomi formal, dengan memberikan kemudahan dan lebih berkeadilan kepada Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu untuk jangka waktu tertentu. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu terhadap pernyataan pemerintah tersebut ?	Lumayan setuju mbak, tetapi kita liat lagi usaha lain apa dari pemerintah agar peraturan ini sampai kepada masyarakat dengan baik dan mudah dipahami. Apalagi kan masyarakat awam yang gak ngerti soal pajak. Contohnya saya sekarang kan masih bingung pajak apa saja yang harus saya bayarkan. Iya benar, kayak sosialisasi ataupun penyuluhan yang gencar-gencar dari pemerintah. Pemerintah kan mau kita masyarakat Indonesia taat pajak, tapi kurangnya sosialisasi saya rasa jadi salah satu pemicu kurangnya wajib pajak patuh deh mbak.

7. Nama : Ibu P

Usia : 28 Tahun

Memiliki UMKM konvensional berbasis *online* dibidang Industri Kreatif subsektor *fashion*

Waktu Wawancara : Senin, 3 Juni 2019

No	Pertanyaan		Jawaban
1.	Profil UMKM	Nama Usaha/UMKM?	Toko D
		Nama pemilik?	Ibu P
		Umur pemilik?	Saya kelahiran 1991. 29 tahun ya sekarang.
		Bergerak dibidang apa?	<i>Fashion</i> , kita sendiri produksi sepatu. Tapi juga jual tas dan baju wanita.
		Sejarah berdirinya usaha ?	Awalnya itu saya ikut suami saya merantau ke batam, suami saya kerja saya hanya tinggal di mess tempat suami saya kerja. Saya mulai tuh mbak, iseng-iseng jualan HP blackmarket. Di batam kan banyak tuh mbak, HP original yang harganya miring. Alhamdulillah laku lumayanlah, saya jualan awal itu dari facbook. Saya tabunglah keuntungan demi keuntungannya. Setelah beberapa saat suami saya pindah yang tidak jauh dari home base saya di malang.waktu berjalan dalam hati saya kyk ada ketagihan berjualan. Mulailah saya berpikir jualan sepatu yang saya produksi sendiri, saya mulai cari tukang, saya design sendiri sepatunya.

			Pelanpelan kan mbak, tapi pasti saja. Puji Tuhan sampai sekarang.
		Tahun beroperasi?	Sudah 4 tahun.
		Berapa modal awal memulai usaha ini?	Modal awal 8 jutaan kalau gak salah mbak.
		Jumlah karyawan?	Jumlah karyawan untuk dipengrajin sepatunya ada 4, admin online 3, untuk jaga toko ada 2.
		Alamat tempat usaha?	Jl. Candi Sari
		Bahan baku untuk membuat produk didapatkan dari mana ?	Untuk bahan dari malang, kalau untuk pernak Pernik sepatu kita ada yang dari bali sama Jakarta.
		Pemasaran yang dilakukan saat ini (jangkauan pemasaran)?	Pemasaran untuk toko offline sudah sampai keluar jawa timur Untuk online sudah sampai luar pulau jawa. Hongkong sampai juga mbak.
		Berapa omset perbulan?	Omset kotor ya 75 jutaanlah.
2.	Berkaitan dengan peneanaan kewajiban perpajakan.	Apakah Bapak/Ibu mempunyai NPWP ?	Punya mbak, tapi gabung sama suami saya.
		Sejak kapan menjadi wajib pajak ?	Sejak 3 tahun lalu kalau tidak salah.
		Apakah Bapak/Ibu melakukan pembukuan/pencatatan ?	Pencatatan saja sih untuk offline dan online.
		Pajak apa saja yang selama ini Bapak/Ibu bayarkan atas usaha ini ?	Penghasilan saya sama suami di gabung trus bayar pajak deh. Kurang tau juga mbak pajak apa itu. Suami saya yang ngerti, saya hanya mengikuti. Tapi kayaknya ada rencana mau buat NPWP sendiri sih, gak gabung sama

			<p>suami lagi. Saya sendiri masih mau mempelajari soal pajak atas usaha saya dulu baru berani pisah NPWP sama suami saya. Kalau untuk onlinenya saya bukanya kan di insagram sama di shoppe. Di Instagram sih gak di pungut pajak apa2 kok. Kalau di shoope itu ada 1% , biaya administrasi sih mbak itu. Kalau untuk toko sendiri, saya kan judulnya sewa ruko 1 lantai nih. Yaudah uang sewa aja yang saya bayar, kalau untuk pajaknya mungkin yang menyewakan yang membayarnya mbak. Karyawan ya ? saya belum berani potong pajak gaji mereka mbak, gak tega juga. Lagian belum seberapa juga gaji mereka. nah saya juga belum paham tentang pajak atas karyawan mbak.</p>
		<p>Bagaimana Bapak/Ibu menghitung jumlah pajak yang terutang atas usaha ini secara umum ?</p>	<p>Saya kurang paham mbak hhe, semua saya serahkan ke suami saya. Saya hanya di mintai suami saya perhitungan omset selama satu bulan penuh. Setelah itu urusan suami saya sih mbak.</p>
		<p>Apakah Bapak/Ibu mengalami kesulitan dalam menghitung pajak terutang ?</p>	<p>Untuk saya pribadi sulit, lebih ke gak paham sih mungkin mbak mkanya kesulitan. Maka dari itu semua saya serahkan ke suami. Nanti suami tinggal kasih aja totalan bayar pajak yasudah saya potong dari omset itu.</p>
		<p>Dalam melakukan pembukuan apakah Bapak/Ibu mengalami kesulitan dalam proses pembayaran dan pelaporan pajak ?</p>	<p>Gak sih mbak, karena kan suami saya hanya minta catatan omset perbulan. Gak yang lain mbak, mungkin kali ya yang dijadikan dasar untuk bayar pajak atas</p>

			peghasilan saya atau gmn saya kurang paham juga.
		Apakah Bapak/Ibu tepat waktu dalam proses pembayaran pajak dan pelaporan pajak ?	Iya mbak, tepat waktu.
		Jika mengalami kesulitan apa yang Bapak/Ibu lakukan ?	Ya itu tadi, serahkan semua ke suami saya.
		Apakah dari pajak yang dikenakan mempengaruhi HPP ? atau mempengaruhi omset ? ataupun harga ?	Ya itu tadi, serahkan semua ke suami saya.
3.	Berkaitan dengan persepsi PP No. 23 Tahun 2018	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang PP 23 Tahun 2018 ?	Kalau tidak salah tentang penurunan tarif 1% ke 0,5 itu ya, saya Taunya dari TV jatim. Setelah itu saya coba cari tau kan, saya tertarik karena adanya penurunan itu. Sejauh ini sih lumayan paham.
		Bagaimana pendapat/ persepsi Bapak/Ibu mengenai aturan terbaru terkait penurunan tarif pajak UMKM sebesar 1% menjadi 0,5% yang mulai diterapkan tahun 2018 ?	Oh bener ternyata hehe, pernah saya dengar di jatim TV kalau gak salah tuh. Pendapat saya sih, ya pasti menguntungkan ya. Seperti yang mbak jelaskan juga, tata caranya hanya omset di kali sm tarifnya. Ya dipermudahlah sama pemerintah.
		Dengan diterapkannya tarif baru ini apa manfaat/ dampak terhadap usaha Bapak/Ibu ini ?	Pastikan ada selisih ya antara penurunan tarif itu. Tapi sejauh ini saya membayar pajak ya kadang besar, kadang stabil, kadang turun mungkin tergantung omsetnya ya. Tapi kalau ada selisih itu saya gunakan untuk modal lagi sih. Kenaikan omset ini saya rasakan untuk pengembangan usaha itu lebih berani banyakin lagi stok barang. Sama sewa tukang tambahan.

		Dengan diterapkannya tarif dan peraturan baru ini apakah membantu dalam proses pemenuhan kewajiban perpajakan ?	Ya lumayan membantu.
		Pemerintah menyatakan bahwa maksud dirubahnya peraturan ini adalah untuk mendorong masyarakat berperan serta dalam kegiatan ekonomi formal, dengan memberikan kemudahan dan lebih berkeadilan kepada Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu untuk jangka waktu tertentu. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu terhadap pernyataan pemerintah tersebut ?	Masuk akal juga sih maksud pemerintah itu. Tapi mbak dalam prakteknya nih ya, masih banyak loh masyarakat yang belum paham tentang peraturan pepajakan. Bahkan ada yang sama sekali gak tahu, iya kan mbak ? yakin deh saya. Contohnya saya ya, untung saya ada kedaratan untuk membayar pajak ini padahal saya ya belum terlalu paham. Sebaiknya pemerintah lebih giat melakukan soasialisasi dan publikasi kali ya mengenai penerapan peraturan apapun soal perpajakan.

8. Nama : Ibu HP

Usia : 25 Tahun

Memiliki UMKM konvensional berbasis *online* dibidang Industri Kreatif subsektor *fashion*

Waktu Wawancara : Senin, 3 Juni 2019

No	Pertanyaan		Jawaban
1.	Profil UMKM	Nama Usaha/UMKM?	Toko PB
		Nama pemilik?	Ibu HP
		Umur pemilik?	Umur saya 25 tahun.

		Bergerak dibidang apa?	Saya jual pakaian wanita sama ada beberapa pria juga.
		Sejarah berdirinya usaha ?	Awalnya karna suka belanja produk sih mbak, terutama fashion. Nah dari pada belanja2 terus, saya coba tuh buat jualan keteman2 kampus. Eh ternyata pilihan saya banyak disukai. Dan mulailah pesanan pun banyak datang. Awalnya hanya jualan di WA dan Instagram. Untung demi untung saya tabung, akhirnya saya buka toko kecil-kecilan dirumah nenek.
		Tahun beroperasi?	Tahun 2013 pertengahan kalau gak salah. Bulan mei tepatnya. Oh ya pertengahan sih.
		Berapa modal memulai usaha ini?	Gak banyak kok, 500 ribu saja.
		Jumlah karyawan?	Sejauh ini masih 8 orang. Dibagi-bagi juga. Ada yg khusus jaga di toko offline. Ada yg bagian online ngurusin pesanan di WA atauoun shoppe.
		Alamat tempat usaha?	Jl. Joyo Taman Rejo
		Bahan baku untuk membuat produk didapatkan dari mana ?	Bahan baku semua kita dapatkan dari Jakarta. Ada beberapa barang yang emang kita beli sudah jadi, ada yg kita produksi sendiri.
		Pemasaran yang dilakukan saat ini (jangkauan pemasaran)?	Jangkauan pemasaran sekarang hamper seluruh Indonesia ya mbak. Karnakan selain toko kita juga ada online di Instagram sama dishoope. Orderan di online sudah sampai seluruh Indonesia sih.
		Berapa omset perbulan?	Mungkin untuk omset rahasia lah ya mbak hehe, tapi alhamdulillah sampai sekarang sudah bisa

			nabung buat masa depan dan bisa beli kendaraan sendiri , bisa juga renovasi rumah nenek ini jadi toko kayak sekarang.
2.	Berkaitan dengan pengenaan kewajiban perpajakan.	Apakah Bapak/Ibu mempunyai NPWP ?	Punya mbak.
		Sejak kapan menjadi wajib pajak ?	Sejak 3 tahun yang lalu.
		Apakah Bapak/Ibu melakukan pembukuan/pencatatan ?	Iya mbak, saya melakukan pencatatan.
		Pajak apa saja yang selama ini Bapak/Ibu bayarkan atas usaha ini ?	Pajak ya mbak, atas usaha ini sendiri kan ada dirumah nenek. Jadi dulu ini rumah nenek saya, setelah nenek saya meninggal saya semua yang urusin rumah ini. Akhirnya saya buka butik kecil-kecilan sekaligus gudang untuk jualan saya ini. Jelas untuk rumah ini ya saya bayar PBBnya juga. Saya sempat juga sewa ruko di daerah sumbersari, tapi mungkin karena rejekinya memang tempatnya disini, rukonya sepi saya memuskan untuk konsen saja ke satu toko. Sewa kemaren pajaknya sih gak ada kyknya. Ya Cuma bayar sewa aja. Sama saya bayar pajak untuk usaha mikro yang UMKM itu loh mbak. Yang sekarang juga sudah turun. Atas omset sendiri yang 0,5%. Kalau untuk karyawan belum saya potong pajak gaji mereka. Masih lumayan kecil juga.
		Bagaimana Bapak/Ibu menghitung jumlah pajak yang terutang atas usaha ini secara umum ?	Kan PBBnya sudah ada jumlah tetapnya di surat apa itu mbak Namanya, yang warna pink itu loh

			kertasnya, ya surat pemberitahuan pajak terutang. Kalau untuk yang pajak usaha mikro, dari omset saya perbulan dikalikan tarif saja mbak..
		Apakah Bapak/Ibu mengalami kesulitan dalam menghitung pajak terutang ?	Sejauh ini tidak ada kesulitan mbak.
		Dalam melakukan pembukuan apakah Bapak/Ibu mengalami kesulitan dalam proses pembayaran dan pelaporan pajak ?	Sama mbak, tidak ada kesulitan juga.
		Apakah Bapak/Ibu tepat waktu dalam proses pembayaran pajak dan pelaporan pajak ?	Bisa dibilang tepat waktu hehe.
		Jika mengalami kesulitan apa yang Bapak/Ibu lakukan ?	Kalau seandainya nanti saya kesulitan paling nanya ke teman saya ada tuh yang kerja di kantor pajak. Kebetulan ada beberapa teman saya PNS di KPP.
		Apakah dari pajak yang dikenakan mempengaruhi HPP ? atau mempengaruhi omset ? ataupun harga ?	Saya sih ngaruhnya di omset sesudah pajak ya. Gak main di harga sih mbak. Ribet juga hitungin kalau ngurangi diharga. Ya sudah mau tidak mau omset saja.
3.	Berkaitan dengan persepsi PP No. 23 Tahun 2018	Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang PP 23 Tahun 2018 ?	tau mbak, saya kan bayar pajak pakai peraturan itu dengan tarif 0,5%. Awalnya itu 1% terus ada penurunan sejak 2018 pertengahan tahun itu kalau saya tidak salah ingat. Malah awalnya saya Cuma tau tarifnya tidak tau soal itu terdapat diperaturan mana nomor berapa gitu hehe
		Bagaimana pendapat/ persepsi Bapak/Ibu mengenai aturan terbaru terkait penurunan tarif pajak UMKM sebesar 1% menjadi 0,5% yang mulai diterapkan tahun 2018 ?	Oalah penurunan tarif itu ada di peraturan itu toh. Saya Taunya Cuma tarif aja, gak tau ada di peraturan mana dan berapa gitu. Untuk bayar pajak saja saya

			<p>inisiatif tanya ke teman saya yang kerja dikantor pajak itu. Ya gmn mbak, Alhamdulillah usaha ini sudah mulai maju pasti ada kesadaran untuk bayar pajak hehe. Walaupun belum sepenuhnya mungkin tapi ya bayar aja pokoknya</p>
		<p>Dengan diterapkannya tarif baru ini apa manfaat/ dampak terhadap usaha Bapak/Ibu ini ?</p>	<p>Selisih tarif sebelumnya dan tarif baru ini saya putar lagi buat modal awal mbak. Kalau konteksnya untuk menumbuhkan UMKM ya saya setuju. Soalnya sangat sedikit sekali mempengaruhi omset. Jadi untuk modal lagi amanlah.</p>
		<p>Dengan diterapkannya tarif dan peraturan baru ini apakah membantu dalam proses pemenuhan kewajiban perpajakan ?</p>	<p>Ya menurut lumayan membantu mbak. Gak ribet juga kan seperti pajak pajak yang lain.</p>
		<p>Pemerintah menyatakan bahwa maksud dirubahnya peraturan ini adalah untuk mendorong masyarakat berperan serta dalam kegiatan ekonomi formal, dengan memberikan kemudahan dan lebih berkeadilan kepada Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu untuk jangka waktu tertentu. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu terhadap pernyataan pemerintah tersebut ?</p>	<p>Setuju mbak dengan pernyataan seperti itu. Saran seperti apa mbak ? oalah iyaiya bener harus ada sosialisasi yang tegas dari pemerintah ini hal ini. Apalagi di bidang online kan apa ya mbak, gak keliatan gitu loh proses penjualanya. Pasti banyak yang melanggar sih gak mau bayarlah apalah. Kembali ke kesadaran diri juga sih lebih tepatnya hehe.</p>

Lampiran 3

Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

Jl. MT. Haryono 163, Malang 65145, Indonesia
Telp. : +62-341-553737, 568914, 558226 Fax : +62-341-558227
http://fia.ub.ac.id E-mail: fia@ub.ac.id

Nomor : 5911 /UN10.F03.12/PN/2019

Lampiran : -

Hal : Riset/Survey

Kepada : Yth. Pemilik Usaha / UMKM di Kota Malang

Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang mohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan kesempatan melakukan riset/survey bagi mahasiswa :

Nama : Clarita Amalia Radiska
Alamat : Villa Bukit Tidar Blok A4-520 Kota Malang
NIM : 15503040711002
Jurusan : Administrasi Bisnis
Prodi : Perpajakan
Tema : Persepsi Wajib Pajak Pelaku UMKM Bisnis Konvensional, *E-Commerce*, Dan Konvensional Berbasis Online Tentang PP 23 Tahun 2018 Dalam Memenuhi Ketaatan Perpajakan
Lamanya : 2 (dua) minggu.
Peserta : 1 (satu) orang.

Demikian atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Malang, 21 Mei 2019

a.n. Dekan
Kotaja Jurusan Administrasi Bisnis



Dr. Mochammad Al Musadieg, MBA
NIP. 19580501 198403 1 001