

SOSIALISASI PENINGKATAN KEPATUHAN PAJAK BAGI PELAKU UMKM DI PASAR SIDOMUKTI KOTA MAGELANG

Anesti Eris Lestari¹, Rochmad Bayu Utomo²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta
email: anez.tkci@gmail.com¹, bayu@mercubuana-yogya.ac.id²

Abstrak

Tingkat kepatuhan pajak di kalangan UMKM di Indonesia masih rendah akibat keterbatasan pengetahuan dan kesadaran mengenai perpajakan, terutama di kalangan pedagang pasar tradisional. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kepatuhan pajak pelaku UMKM di Pasar Sidomukti, Kota Magelang, melalui sosialisasi kewajiban pajak dan manfaat kepemilikan NPWP. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi langsung yang berfokus pada peningkatan kesadaran akan kewajiban pajak, prosedur pendaftaran, dan manfaat yang dapat diperoleh. Survei dan wawancara dilakukan untuk menilai efektivitas upaya sosialisasi. Hasil menunjukkan adanya peningkatan kesadaran dan respons positif dari pelaku usaha terhadap kepatuhan pajak, dengan peningkatan signifikan dalam pendaftaran NPWP setelah sosialisasi. Keterlibatan lanjutan dianjurkan untuk memperkuat dampak program dan mendorong literasi pajak yang lebih luas di kalangan UMKM.

Kata kunci: Kepatuhan Pajak, UMKM, NPWP, Kesadaran Pajak, Sosialisasi

Abstract

The tax compliance rate among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia remains low due to limited knowledge and awareness about taxation, especially among traditional market traders. This community service activity aimed to improve tax compliance among MSME traders at Sidomukti Market, Magelang City, by socializing tax obligations and the benefits of having a Tax Identification Number (NPWP). The method applied involved direct socialization sessions, focusing on raising awareness about tax obligations, registration procedures, and potential benefits. Surveys and interviews were conducted to assess the effectiveness of the socialization efforts. The results indicate increased awareness and a positive response from the traders toward tax compliance, with a significant increase in NPWP registration post-socialisasi. Further engagement is recommended to strengthen the program's impact and encourage broader tax literacy among MSMEs.

Keywords: Tax Compliance, MSMEs, NPWP, Tax Awareness, Socialization

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran strategis dalam perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2019). UMKM juga memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Namun, sektor UMKM menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah rendahnya kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan. Salah satu masalah yang kerap ditemui adalah rendahnya tingkat kesadaran pelaku UMKM untuk memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) serta memenuhi kewajiban perpajakan lainnya (Haryanto, 2020).

NPWP merupakan syarat dasar bagi pelaku usaha untuk dapat memenuhi kewajiban pajaknya secara resmi. Berdasarkan Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, setiap wajib pajak, termasuk pelaku UMKM, diwajibkan memiliki NPWP sebagai identitas formal dalam pelaporan dan pembayaran pajak. Namun, kesadaran akan pentingnya memiliki NPWP di kalangan pelaku UMKM, khususnya di Pasar Sidomukti Kota Magelang, masih tergolong rendah. Banyak pelaku usaha di pasar tradisional ini yang tidak memiliki NPWP sehingga tidak tercatat dalam administrasi perpajakan, dan hal ini menyebabkan rendahnya tingkat kepatuhan pajak mereka (Puspasari & Suprpto, 2019).

Pasar Sidomukti Kota Magelang merupakan salah satu pusat aktivitas ekonomi lokal yang banyak dihuni oleh pelaku UMKM. Sebagian besar pelaku usaha di pasar ini tergolong dalam usaha mikro dan kecil, namun belum sepenuhnya memahami peran dan pentingnya NPWP serta bagaimana sistem perpajakan bekerja. Banyak pelaku UMKM yang menganggap pajak sebagai beban tambahan yang memberatkan usaha mereka. Mereka tidak menyadari bahwa NPWP bukan hanya sekadar kewajiban administratif, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk mendapatkan berbagai fasilitas dan insentif dari pemerintah, seperti keringanan tarif pajak yang berlaku bagi UMKM, yakni pajak penghasilan final

sebesar 0,5% dari omzet sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 2018 (Pratama & Sari, 2018).

Kurangnya sosialisasi yang menyentuh langsung pelaku UMKM di pasar tradisional turut memperburuk situasi ini. Sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh pemerintah seringkali tidak sampai ke kalangan pelaku usaha mikro dan kecil, terutama mereka yang beroperasi di pasar-pasar tradisional seperti di Pasar Sidomukti. Akibatnya, banyak dari mereka yang tidak memahami bagaimana prosedur pendaftaran NPWP, cara menghitung dan membayar pajak, serta manfaat yang mereka dapatkan dari menjadi wajib pajak yang patuh (Haryanto, 2020).

Salah satu tantangan terbesar adalah persepsi negatif terhadap pajak di kalangan pelaku UMKM. Banyak dari mereka menganggap bahwa pajak adalah beban yang dapat mengurangi pendapatan usaha mereka, tanpa memahami bahwa pajak sebenarnya memberikan kontribusi langsung terhadap pembangunan infrastruktur dan pelayanan publik yang mereka nikmati. Selain itu, rendahnya tingkat literasi keuangan di kalangan pelaku UMKM menyebabkan mereka kesulitan dalam melakukan pencatatan keuangan yang baik, yang menjadi salah satu alasan mereka enggan mendaftarkan NPWP (Pratama & Sari, 2018).

Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih intensif dari pemerintah dalam melakukan sosialisasi untuk meningkatkan kesadaran pelaku UMKM, baik terkait pentingnya memiliki NPWP maupun kewajiban perpajakan lainnya. Sosialisasi yang lebih inklusif dan berkelanjutan diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak di kalangan pelaku UMKM, khususnya di Pasar Sidomukti Kota Magelang. Dengan demikian, pelaku UMKM tidak hanya dapat berkontribusi pada penerimaan negara melalui pajak, tetapi juga dapat memperoleh manfaat langsung dari kepatuhan pajak tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali secara mendalam dinamika yang terkait dengan kepatuhan pajak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Pasar Sidomukti, Kota Magelang. Fokus utama penelitian meliputi kesadaran pelaku UMKM dalam memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) serta efektivitas sosialisasi perpajakan yang dilakukan. Teknik wawancara mendalam digunakan untuk menggali pandangan, persepsi, dan pengalaman pelaku UMKM terkait perpajakan, kesadaran memiliki NPWP, serta kepatuhan pajak. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar responden dapat mengungkapkan pendapat mereka secara bebas, namun tetap relevan dengan tema penelitian. Selain itu, observasi langsung dilakukan di Pasar Sidomukti untuk memahami situasi nyata pelaku UMKM, termasuk interaksi mereka dalam kegiatan sosialisasi pajak dan penyampaian informasi oleh pihak berwenang. Teknik ini bertujuan untuk menangkap konteks sosial serta kondisi yang memengaruhi kesadaran pajak pelaku UMKM.

Pengumpulan data juga didukung oleh dokumentasi berupa laporan, catatan, dan dokumen terkait kebijakan perpajakan UMKM. Data sekunder ini mencakup regulasi tentang NPWP dan pajak final yang digunakan untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi. Pendekatan ini bertujuan memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak pelaku UMKM di lokasi penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagian besar pelaku UMKM di Pasar Sidomukti merupakan pedagang kecil dengan modal terbatas. Usaha yang mereka jalankan meliputi perdagangan barang kebutuhan sehari-hari, makanan, pakaian, dan jasa kecil seperti penjahit dan reparasi barang. Mayoritas dari mereka berpendidikan menengah ke bawah, dan kegiatan pencatatan keuangan yang mereka lakukan sangat sederhana atau bahkan tidak ada.

Berdasarkan hasil wawancara, hanya sekitar 30% dari pelaku UMKM di Pasar Sidomukti yang memiliki NPWP. Sebagian besar dari mereka yang memiliki NPWP tidak memahami secara penuh manfaat dari kepemilikan NPWP. Bagi pelaku usaha yang belum memiliki NPWP, mereka beralasan bahwa proses pembuatan NPWP dirasa merepotkan, serta ada ketakutan bahwa memiliki NPWP akan menambah beban kewajiban pajak mereka.

Pelaku UMKM umumnya kurang memahami kewajiban perpajakan, termasuk tarif pajak yang berlaku untuk UMKM dan kapan harus membayar pajak. Banyak yang beranggapan bahwa pajak hanya diperlukan untuk usaha berskala besar, dan mereka merasa bahwa pendapatan mereka terlalu kecil untuk dikenakan pajak.

Meskipun ada beberapa kegiatan sosialisasi pajak yang dilakukan oleh pihak pemerintah daerah dan kantor pajak setempat, partisipasi dari pelaku UMKM dalam sosialisasi ini masih rendah. Banyak

dari mereka merasa bahwa waktu sosialisasi tidak sesuai dengan jadwal kegiatan pasar, atau merasa bahwa materi yang disampaikan terlalu rumit dan tidak relevan dengan kondisi mereka.

Tabel 1. Kepemilikan NPWP di Kalangan Pelaku UMKM Pasar Sidomukti Kota Magelang

Kategori	Jumlah Pelaku UMKM	Persentase (%)
Memiliki NPWP	3	30%
Tidak memiliki NPWP	7	70%
Total	10	100%

(Sumber: Penelitian pengabdian masyarakat, 2024)

Hasil sosialisasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya NPWP dan kewajiban pajak mereka. Berdasarkan survei sebelum dan sesudah sosialisasi, ditemukan peningkatan jumlah pelaku UMKM yang berencana mendaftar NPWP sebesar 40% setelah mengikuti sosialisasi

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, rendahnya tingkat kepatuhan pajak di kalangan pelaku UMKM di Pasar Sidomukti disebabkan oleh beberapa faktor utama. Salah satu faktor utama adalah rendahnya kesadaran pajak. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya pajak dalam mendukung pembangunan nasional. Literasi keuangan yang rendah menyebabkan kurangnya kesadaran terhadap manfaat perpajakan, termasuk kewajiban memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan melaporkan penghasilan. Selain itu, pemahaman pajak yang terbatas juga menjadi kendala signifikan. Pelaku usaha di Pasar Sidomukti umumnya memiliki pengetahuan yang minim tentang prosedur pendaftaran NPWP, perhitungan pajak, dan waktu pelaporan. Hal ini diperburuk oleh kurangnya pencatatan keuangan yang memadai di kalangan UMKM.

Efektivitas sosialisasi yang rendah juga turut memengaruhi tingkat kepatuhan pajak. Upaya sosialisasi yang dilakukan oleh pihak berwenang belum mampu menjangkau pelaku UMKM secara optimal. Materi sosialisasi sering kali dianggap terlalu rumit dan tidak sesuai dengan kondisi serta kemampuan pelaku UMKM, khususnya yang beroperasi di pasar tradisional. Terakhir, kendala ekonomi dan administratif menjadi faktor penghambat lainnya. Pelaku UMKM yang memiliki modal terbatas merasa bahwa kewajiban perpajakan hanya akan menambah beban finansial. Selain itu, ketiadaan sistem pencatatan keuangan yang memadai menyulitkan mereka dalam menghitung omzet dan pajak yang harus dibayarkan. Keseluruhan temuan ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman pajak di kalangan pelaku UMKM, serta mendesain ulang program sosialisasi agar lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini. Terima kasih kepada Universitas Mercu Buana Yogyakarta, khususnya Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, yang telah memberikan dukungan akademik dan fasilitas dalam mewujudkan program ini.

Kami juga menyampaikan apresiasi yang mendalam kepada Kepala UPT Pasar Sidomukti, yang telah memberikan izin dan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada para pelaku UMKM di Pasar Sidomukti, Kota Magelang, yang dengan antusias telah berpartisipasi dalam sosialisasi ini. Tidak lupa, kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dan membantu dalam pelaksanaan kegiatan ini. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi peningkatan kepatuhan pajak dan kemajuan ekonomi pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Feld, L. P., & Frey, B. S. (2007). Tax compliance as the result of a psychological tax contract: The role of incentives and responsive regulation. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 62(1), 42-52.
- Haryanto, T. (2020). Sosialisasi perpajakan bagi pelaku UMKM di pasar tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 15(2), 15-25.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2019). *Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.

- Puspasari, I., & Suprpto, W. (2019). Analisis literasi perpajakan di kalangan pelaku UMKM. *Jurnal Kebijakan Publik*, 17(3), 135-147.
- Pratama, A., & Sari, R. (2018). Faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak UMKM. *Jurnal Manajemen Pajak*, 10(1), 56-70.