

POTENSI PAJAK PELAKU UMKM DIGITAL DAN KEWAJIBAN ZAKAT

Fenty Fauziah

Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur
ff230@umkt.ac.id

Abstract

This era of digitalization has encouraged the growth of MSMEs. The large number of digital MSMEs has not been comparable to tax revenues from MSMEs. The government issued a new policy on the taxation of MSMEs contained in PP No. 23 of 2018. The applicable tax rate for MSMEs in the PP is 0.5% and takes effect as of July 1, 2018. This policy aims to stimulate MSME businesses, encourage community participation and knowledge of taxation. The qualitative data analysis technique is done by collecting, sorting and analyzing data, and finally concluding the data. Based on the results of in-depth interviews with six respondents, there were three respondents who already knew about the new tariff, and three respondents did not know. Respondents appreciated the new policy by reducing tax rates for these MSMEs. The Tax Service Office must provide socialization and assistance to MSMEs to foster tax awareness and compliance, so that after the 0.5% tariff limit expires and apply standard bookkeeping, MSME players can carry out their tax obligations. Of all respondents, the obligation of zakat is carried out. Tax obligations are different from zakat, but the government needs to consider again for MSME actors who have paid their zakat so they no longer pay taxes, with provisions on zakat payments made with evidence on BAZNAS.

Keyword: UMKM Digital; PPh PP 23 tahun 2018; Zakat

1. Pendahuluan

Para pelaku usaha khususnya dalam perdagangan di era digitalisasi saat ini telah beralih cara berdagangnya, dari konvensional menjadi online melalui jaringan internet. Era digitalisasi ini mendorong tumbuhnya pelaku UMKM. Sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis digital saat ini sangat diminati oleh generasi milenial. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah mencatat tahun 2017, UMKM menyumbang 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Jumlah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia mencapai hampir 63 juta pelaku usaha pada tahun 2017 yang tersebar diseluruh Indonesia. UMKM pun mendominasi struktur usaha yang ada di Indonesia sekitar 99,99%, yang terdiri dari usaha mikro 98,79%, usaha kecil sebesar 1,11%, usaha menengah sebesar 0,09%. Sedangkan Usaha besar hanya berkontribusi dalam struktur usaha di Indonesia sebesar 0,01%.

Data tersebut menggambarkan bahwa potensi UMKM sangat besar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, sehingga dengan memanfaatkan teknologi, performa UMKM diharapkan

dapat meningkat.UMKM berbasis digital di tanah air masih belum dibarengi dengan konsep yang tajam, baik dari sisi manajemen maupun pemasaran. Oleh sebab itu dibutuhkan gagasan dalam mendorong perkembangan UMKM berbasis digital agar tetap bertahan dan terus berkembang di tengah persaingan usaha yang serba *online*.

Salah satu perusahaan yang mempunyai mitra dengan UMKM adalah PT. Gojek Indonesia.Hasil riset Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI), pendapatan UMKM yang menjadi mitra Go-Food mencapai Rp 1,7 triliun pada tahun 2017. Riset itu dilakukan terhadap 7.500 responden, yang terdiri dari 3.465 konsumen dan 806 mitra UMKM Go-Food di sembilan wilayah di Indonesia. Rata-rata omzet mitra Go-Food naik 26% per tahun. Bergabung dengan Go-Jek menjadikan UMKM dapat berhemat 30,3% sebab tidak perlu merekrut pegawai untuk mengantar pesanan. Selain itu, 32% mitra merasa popularitas usahanya meningkat setelah bergabung dengan Go-Jek.Sementara 22% mitra konsisten mendapatkan pelanggan baru setiap tahunnya.Padahal, 76% UMKM ini tidak punya layanan antar sebelumnya. Begitu juga dengan star up yang lain sebagian besar mitranya adalah pelaku UMKM.

Besarnya jumlah pelaku UMKM digital belum sebanding dengan penerimaan pajak dariUMKM.Usaha menengah dan besar masih menjadi penyumbang pajak terbesar di Indonesia.Hal ini disebabkan karena Direktorat Jendral Pajak (DJP) lebih fokus pada wajib pajak besar, sementara itu pengawasan yang dilakukan terhadap pelaku UMKM masih belum optimal dan tingkat kepatuhan pajak pelaku UMKM masih rendah(Endrianto, 2015).Kepatuhan wajib pajak timbul oleh beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya.

Kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak antara lain dipengaruhi oleh pemahaman peraturan perpajakan, tarif pajak, sanksi dan keadilan (Simanjuntak dan Mukhlis, 2012). Penelitian Ningtyas (2012) juga membuktikan tarif pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.Dengan demikian kepatuhan wajib pajak juga dapat tercapai apabila ada penetapan tarif yang jelas, selain itu tarif pajak juga harus bersifat adil dalam menentukan subjek dan objek pajaknya.

Tahun 2013 Pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah (PP)Nomor 46 tahun 2013 yang mulai berlaku 1 Juli 2013. Dalam PP ini berlaku tarif pajak sebesar 1% dari omset wajib pajak yang tidak lebih dari 4,8 miliar pada satu tahun pajak. Peraturan ini dibuat bertujuan untuk wajib pajak semakin patuh, kemudian terdorong untuk melakukan kewajiban perpajakan sehingga target penerimaan pajak negara dapat tercapai. Pada kenyataannya penerimaan pajak setelah berlakunya tarif 1% dari omset belum mencapai target (Mustofa dkk, 2016).Tahun 2018 Pemerintah kembali membuat kebijakan perpajakan UMKM yaitu PP No 23 Tahun 2018. Tarif pajak yang berlaku bagi UMKM dalam PP 23 adalah sebesar 0,5% dan mulai berlaku per 1 Juli 2018. Tujuan kebijakan

perpajakan ini adalah untuk menstimulus bisnis UMKM, mendorong peran serta masyarakat dalam pembangunan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pajak

Pengertian Pajak berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 tahun 2007 pasal 1 adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.. Pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara untuk kemakmuran rakyat.

Peraturan mengenai Pajak terhadap transaksi digital di Indonesia telah disusun pada 11 November 2016, pemerintah meluncurkan Paket Kebijakan Ekonomi XIV tentang *roadmap e-commerce*. Salah satu poin penting yang diatur dalam Paket Kebijakan Ekonomi XIV adalah pengurangan pajak bagi investor lokal yang berinvestasi di start-up, Penyederhanaan izin prosedur perpajakan bagi start-up *e-commerce* dengan omzet dibawah Rp 4.800.000.000,00 per tahun melalui penurunan tariff pajak 1% pada PP Nomor 46 Tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan (PPh) dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu, kemudian dikeluarkan PP No 23 Tahun 2018 dengan tarif 0,5%. Dengan demikian, PPh final yang dikenakan terhadap penghasilan UMKM hanya sebesar 0,5 persen dari pendapatan brutonya.

2.2 Usaha Mikro Kecil dan Menengah

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

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

tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang.

- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.

Kriteria UMKM berdasarkan asset dan omset per tahun, terlihat seperti tabel berikut:

Tabel 1. Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Jenis Usaha	Asset Maksimal (Rp)	Omset Maksimal (Rp)
Usaha Mikro	50 juta	300 juta
Usaha Kecil	> 50 juta sampai 500 juta	> 300 juta sampai 2,5 milyar
Usaha Menengah	> 500 juta sampai 10 milyar	>2,5 milyar sampai 50 milyar

UMKM digital adalah usaha mikro, kecil dan menengah yang penjualan atau peleolehan omsetnya memanfaatkan kanal digital. Pemerintah, dalam hal ini Kementerian Koperasi dan UKM bersama Kementerian Kominfo, berkomitmen untuk mengonlinekan 8 Juta UMKM sampai tahun 2020. Komitmen ini menunjukkan keberpihakan pemerintah dalam memajukan UMKM sebagai salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia.

2.3 Zakat

Menurut Peraturan Menteri Agama No 52 tahun 2014, Zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha yang dimiliki oleh orang Islam untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam. Zakat mal adalah harta yang dikeluarkan oleh muzaki melalui amil zakat resmi untuk diserahkan kepada mustahik. Menurut pengertian diatas, pendapatan yang diterima oleh seseorang dari hasil usaha juga harus dikeluarkan zakat nya.

Harta yang dikenai zakat harus memenuhi syarat sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Syarat harta yang dikenakan zakat mal sebagai berikut:

- a. milik penuh
- b. halal
- c. cukup nisab

d. kepemilikan cukup setahun (haul)

Terdapat banyak kesamaan antara pajak dengan zakat, namun tidak bisa dipungkiri bahwa antara kedua tetap ada perbedaan yang hakiki. Sehingga keduanya tidak bisa disamakan begitu saja. Perbedaan zakat dengan pajak adalah sebagai berikut:

1. Zakat merupakan manifestasi ketaatan ummat terhadap perintah Allah SWT dan Rasulullah SAW sedangkan pajak merupakan ketaatan seorang warganegara kepada ulil amrinya (pemimpinnya)
2. Zakat telah ditentukan kadarnya di dalam Al Qur'an dan Hadits, sedangkan pajak dibentuk oleh hukum negara.
3. Zakat hanya dikeluarkan oleh kaum muslimin sedangkan pajak dikeluarkan oleh setiap warganegara tanpa memandang apa agama dan keyakinannya.
4. Zakat berlaku bagi setiap muslim yang telah mencapai nishab tanpa memandang di negara mana ia tinggal, sedangkan pajak hanya berlaku dalam batas garis teritorial suatu negara saja.
5. Zakat adalah suatu ibadah yang wajib di dahului oleh niat sedangkan pajak tidak memakai niat. Dan sesungguhnya masih banyak lagi hal-hal yang membedakan antara zakat dan pajak

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian dilandasi filsafat postpositivisme, digunakan untuk pada penelitian saat kondisi objek yang alamiah dan peneliti sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah triangulasi, analisis data bersifat induktif. Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. (Sugiyono 2017).

Responden dalam penelitian ini merupakan pelaku UMKM yang bermitra dengan Go-Jek dan Tokopedia di wilayah Samarinda-Kalimantan timur yang memiliki bidang usaha yang berbeda-beda, yaitu UMKM yang bergerak dalam bidang makanan dan fasion. Jumlah sampel adalah 10 UMKM, dengan tehnik simple random sampling. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam terkait kepada para responden untuk memperoleh data yang diperlukan. Pengujian validitas data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan pengamatan, peningkatan ketekunan saat penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif dan *membercheck*. Penelitian ini digunakan triangulasi sumber yaitu dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber wawancara, juga responden dari pengguna jasa mitra mitra bisnis pemilik UMKM untuk mendapatkan informasi UMKM yang lebih akurat.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif. Langkah-langkah dalam analisis data kualitatif melalui empat proses, yaitu mengumpulkan data, menyortir data yang tidak diperlukan, menyajikan dan menganalisis data, dan terakhir adalah menyimpulkan data.

4. Hasil dan Pembahasan

Temuan peneliti dari data primer hasil wawancara mendalam kepada responden meliputi profil usaha masing-masing UMKM, pembayaran pajak pelaku UMKM sebelum diterbitkan PP No. 23 Tahun 2018, potensi kepatuhan pembayaran pajak pelaku UMKM setelah berlakunya PP No. 23 Tahun 2018 dan kewajiban zakat pelaku UMKM.

4.1 Profil UMKM

Responden penelitian terdiri dari UMKM yang bergerak dalam bidang makanan, fashion, Adapun profil masing-masing UMKM tersebut sebagai berikut:

a. UMKM yang Bergerak dalam Bidang Fashion

Usaha fashion sonket dayak, pemasaran usaha ini dilakukan secara online dengan menggunakan jasa pemasaran dari luar perusahaan. Karyawan administrasi yang menangani operasional usaha hanya 2 orang, yaitu customer service dan administrasi. Omset penjualannya mencapai 200-280 juta per bulan.

Sarung tenun samarinda, usaha ini dimiliki suami istri yang sudah lanjut usia. Mereka meneruskan usahanya kepada anak-anaknya untuk meneruskan. Ditangan pengelolaan anak-anaknya usaha ini lebih berkembang, karena sudah memanfaatkan teknologi, baik saat memproduksi ataupun pemasarannya

b. UMKM yang Bergerak dalam Bidang Makanan

UMKM yang memproduksi amplang kuku macan. Berdiri sejak tahun 2010. Bermodal pengalaman dan ketekunan akhirnya usaha ini semakin berkembang. Pelaku UMKM mengakui bahwa pemasaran belum maksimal, tidak ada tim marketing khusus yang menangani pemasaran. Usaha ini dikelola oleh keluarga dibantu 5 orang karyawan. Omset rata-rata sekitar 40-50 juta per bulan.

UMKM yang memproduksi Martabak. Berdiri sejak tahun 2012. Usaha ini hanya dikelola oleh Ayah dan 2 orangnya. Omset rata-rata perbulan sekitar 15-20 juta per bulan.

UMKM yang bergerak di bidang rumah makan. Berdasarkan pengalaman mengelola rumah makan sebagai karyawan, tahun 2015 pelaku UMKM ini memberanikan diri membuka usaha sendiri. Selain melakukan penjualan langsung, dia juga membuka pesanan catering nasi

box dan snack. Pelaku UMKM mengakui bahwa pemasaran belum maksimal, tidak ada tim marketing khusus yang menangani pemasaran. Usaha ini ditangani oleh suami istri dibantu tetangga sekitar. Omset rata-rata sekitar 25-40 juta per bulan.

UMKM yang menjual aneka kue ulang tahun dan kue yang sejenis. Usaha ini dilakukan di rumah pribadi dibantu oleh seorang pekerja yang merangkap pekerja rumah tangga. Omset perbulan rata-rata 5-10 juta perbulan. Pelaku UMKM ini melakukan pemasaran produknya melalui facebook dan instalgram.

4.2 Analisis Potensi Pajak UMKM Sesuai PP 46 tahun 2018 dan No. 23 Tahun 2018

Menurut kebijakan perpajakan yang ditetapkan Pemerintah dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 46 tahun 2013 tentang PPh atas penghasilan dari usaha yang diperoleh wajib pajak yang memiliki penghasilan bruto tertentu yang diterapkan mulai 1 Juli 2013, UMKM yang memiliki omset kurang dari 4,8 miliar dalam satu tahun dikenai tarif pajak sebesar 1%. Hasil wawancara yang dilakukan terhadap lima responden UMKM, tidak ada UMKM yang menjalankan kewajiban perpajakan tersebut. Hanya satu responden yang telah mengetahui kewajiban perpajakan bagi UMKM. Lima responden lain belum mengetahui adanya kewajiban perpajakan bagi UMKM. Responden yang mengetahui kewajiban perpajakan, mengaku memiliki keterbatasan pengetahuan tentang perpajakan dan juga keterbatasan SDM nya, jika menggunakan jasa diluar usahanya maka akan mengeluarkan biaya ekstra.

Tiga dari enam responden memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) bagi wajib pajak orang pribadi, karena mereka pernah berstatus sebagai karyawan pada sebuah instansi. Dari tiga responden hanya satu yang melakukan kewajiban pajak berdasarkan PP 46 dan PP 23 tahun 2018. Margin laba pelaku UMKM ada pada kisaran 10% - 20%, namun karena volume penjualannya kecil menjadikan laba keseluruhan juga kecil. Responden menilai tarif pajak 1% dari pendapatannya memberatkan bagi mereka sebagai pelaku UMKM. Hasil analisis peneliti dengan para responden, keberatan tersebut antara lain disebabkan karena kekhawatiran mereka terkait laba usaha yang tipis dan harus dikurangi dengan pajak 1% dari pendapatannya. Pelaku UMKM tersebut mengetahui adanya penurunan tarif pajak sesuai PP 23 tahun 2018 menjadi 0,5%, namun tidak membuat mereka melakukan kewajiban pajak nya.

4.3 Analisis Potensi Pajak UMKM dan Zakat

Pemerintah mengeluarkan kebijakan baru tentang perpajakan UMKM yang tertuang dalam PP No 23 Tahun 2018. Tarif pajak yang berlaku bagi UMKM dalam PP tersebut sebesar 0,5% dan

mulaiberlaku per 1 Juli 2018. Kebijakan ini bertujuan untuk menstimulus bisnis UMKM, mendorong peranserta masyarakat dan pengetahuan perpajakan. Berdasarkan hasil diskusi dengan enam responden, ada tiga responden yang sudah mengetahui tentang tarif baru tersebut, dan tiga responden belum mengetahui. Keenam responden mengapresiasi kebijakan baru dengan penurunan tarif pajak bagi UMKM tersebut.

Semua responden menyatakan akan bersedia untuk membayar pajak dengan tarif baru tersebut. Namun pelaku UMKM berharap mendapatkan informasi dan bimbingan lebih detail untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Pelaku UMKM juga mengharapkan Kantor Pelayanan Pajak Samarinda dapat memberikan pelayanan yang ramah dan tidak berbelit-belit. Salah satu responden menyampaikan pengalaman yang tidak menyenangkan ketika berurusan dengan *Account Representative* (AR) di kantor pelayanan pajak. Ketika Pelaku UMKM tersebut datang ke KPP untuk memperoleh informasi perpajakan dan mengurus NPWP, *Account Representative* (AR) langsung mendesak pelaku UMKM tersebut untuk melunasi seluruh kewajiban pajaknya saat itu juga berdasarkan analisis jumlah omset dari hasil wawancara sekilas. Para responden mengaku belum pernah mendapatkan sosialisasi perpajakan dari Kantor Pajak setempat. Mereka berharap sosialisasi perpajakan UMKM dapat diperoleh segera, sehingga mendukung mereka untuk patuh terhadap kewajiban perpajakan.

Seluruh responden merupakan seorang muslim yang melakukan kewajibannya dalam membayar zakat, sesuai dengan ketentuan dalam hukum Islam, yaitu 2,5% dari penghasilannya. Sebagian membayar melalui lembaga badan amil zakat, sebagian lagi mengeluarkannya langsung kepada orang-orang yang berhak menerimanya. Seluruh responden berharap seandainya mereka sudah membayar zakat seharusnya jangan lagi membayar pajak, karena mereka berasumsi bahwa zakat berfungsi untuk kemakmuran umat, hampir mirip dengan pajak yang dibayarkan kepada Negara, akhirnya juga bertujuan untuk disalurkan kembali ke rakyat.

5. KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini, antara lain adalah:

- a. Tarif pajak bagi UMKM sebesar 1% dari omset cukup memberatkan bagi pelaku UMKM, karena menurut mereka margin laba yang diterimanya tipis. Selain besarnya tarif pajak, pemahaman pelaku UMKM terhadap kewajiban perpajakan dan keterbatasan SDM yang dimiliki untuk mengurus perpajakan juga menjadi kendala dalam upaya untuk melakukan kewajiban pembayaran pajak.

- b. Pelaku UMKM mengapresiasi tarif pajak baru bagi UMKM sebesar 0,5% dari omset yang tertuang dalam PP No 23 Tahun 2018. Pelaku UMKM menyatakan kesediaannya untuk membayar pajak akan memperbesar potensi kepatuhan pembayaran pajak bagi pelaku UMKM di Samarinda.
- c. Pelaku UMKM yang menjadi sampel penelitian mengharapkan sosialisasi dan pendampingan untuk mendapatkan informasi yang lebih detail terkait peraturan perpajakan terbaru bagi UMKM.
- d. Pelaku UMKM berharap jika mereka sudah melaksanakan kewajiban zakatnya menjadi pertimbangan bagi pemerintah untuk tidak lagi membayar pajak.

Dari hasil penelitian ini penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Bagi pemerintah dalam hal ini Kantor Pajak setempat memberikan sosialisasi dan pendampingan kepada UMKM untuk menumbuhkan kesadaran dan kepatuhan perpajakan. Sosialisasi dapat bekerjasama dengan konsultan pajak yang ada dilindungi pelaku UMKM secara umum, agar UMKM tidak merasakan kekhawatiran akan ditekan melunasi kewajiban perpajakan.
- b. Pemerintah dalam hal ini Dirjen Pajak dapat mengantisipasi adanya batasan waktu kebijakan insentif pajak bagi UMKM, sebab setelah batas waktu tersebut akan berlaku ketentuan pajak penghasilan secara umum, pelaku UMKM harus memahami dan menerapkan pembukuan standar. Pembukuan menjadi hambatan bagi UMKM, apalagi UMKM didominasi oleh usaha mikro. Pelaku UMKM sebaiknya lebih aktif mengikuti peraturan perpajakan yang sering mengalami perubahan dan mulai mempelajari pembukuan sederhana untuk UMKM agar mendukung pengembangan usaha dan kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan.
- c. Penulis menyadari kewajiban pajak berbeda dengan zakat, namun perlu dipertimbangkan lagi untuk pelaku UMKM yang telah membayar zakatnya tidak lagi membayar pajak, dengan syarat pembayaran zakat dilakukan pada BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional). Sehingga peraturan tidak tumpang tindih, seperti peraturan yang telah diterapkan di Negara Malaysia

Hasil penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain:

- a. Responden dari penelitian ini berasal dari wawancara mendalam terhadap enam (enam) responden. Jumlah responden yang terbatas memungkinkan ada temuan baru yang lebih representatif tentang potensi perpajakan dan zakat bagi pelaku UMKM.
- b. Peneliti hanya menganalisis potensi kepatuhan pembayaran pajak dan zakat karena keterbatasan waktu penelitian.

- c. Penelitian selanjutnyadiharapkan memberikan masukan atau solusi yang lebih tepat terhadapapa yang harus dilakukan terhadap kewajiban pajak dan zakat secara bersamaan, karena tujuan dari pajak dan zakat adalah untuk kemakmuran dan kemaslahatan umat.

DAFTAR PUSTAKA

- Endrianto, W. 2015.Prinsip Keadilan Dalam Pajak Atas UMKM. *Binus Business Review*.Vol. 6 No. 2 Agustus 2015: 298-308.
- Mustofa, F. A., K. Mirza dan Maulinarhadi. 2016. Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Tarif Pajak dan Asas Keadilan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. (Studi pada Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang Berada Di Wilayah Kerja Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu Setelah Diberlakukannya Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013).*Jurnal Perpajakan Universitas Brawijaya*.Vol. 8 No. 1. Halaman 1-7.
- Ningtyas, R. 2012. Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Tarif Pajak, Sanksi serta Pelayanan Pembayaran terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Malang.*Skripsi*. Universitas Brawijaya, Malang.
- Peraturan Menteri Agama Nomor 52 Tahun 2014 tentang Syarat dan Tata Cara Penghitungan Zakat Mal dan Zakat Fitrah serta Pendayagunaan Zakat untuk Usaha Produktif.
- Simanjuntak dan Mukhlis, 2012.*Dimensi Ekonomi Perpajakan dalam Membangun Ekonomi*. Penerbit Raih Asa Sukses. Bandung.
- Sugiyono.2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- Wicaksono, B. 2018.Meningkatkan Potensi Pajak UMKM Online Melalui Data E Commerce (Studi Kasus Wilayah Pulau Jawa).*Simposium Nasional Keuangan Negara*. 2018.
- Ningtyas, R. 2012. Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Tarif Pajak, Sanksi serta PelayananPembayaran terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Malang.*Skripsi*.Universitas Brawijaya, Malang.
- <http://www.kominfo.go.id>. Diakses tanggal 2 Maret 2019 Jam 09.00 Wita
- <http://www.pajak.go.id>. Diakses tanggal 2 Maret 2019 Jam 09.00 Wita
- <https://www.dompetdhuafa.org>. Diakses tanggal 2 Maret 2019 Jam 10.00 Wita
- <http://www.pkpu.or.id>. Diakses tanggal 20 Maret 2019 Jam 14.00 Wita
- <http://marketeters.com>. Diakses tanggal 19 Maret 2019 Jam 10.00 Wita

BIOGRAFI PENULIS

Penulis adalah dosen jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Hukum Politik dan Psikologi Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. Penulis Mendapatkan gelar Doktor Ilmu Manajemen dari Universitas Mulawarman Kalimantan Timur tahun 2017. Penulis juga merupakan praktisi di bidang perpajakan dan telah memiliki Sertifikasi Konsultan Pajak. Fokus mengajar dan penelitian di bidang manajemen keuangan, akuntansi dan perpajakan. Informasi lebih lanjut penulis dapat dihubungi melalui ff230@umkt.ac.id

<https://mail.google.com/mail/u/1/?tab=wm#inbox>