



Persepsi Pelaku UMKM Industri Halal terhadap Implementasi Kebijakan Pajak UMKM: Pendekatan Fenomenologi

Iffan Al-Faris^{1*}, Dicko Syah Purnama Putra², Mashudi³

^{1,2,3}Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo, Indonesia

E-mail: iffanalfaris124@gmail.com¹, purnamaputra1922@gmail.com², mashudi.fkis@trunojoyo.ac.id³

*Korespondensi penulis: iffanalfaris124@gmail.com

Abstract. *This research examines the perceptions of MSME actors regarding the implementation of MSME tax policies in Indonesia. The aim of the research is to explore in depth the perceptions of MSME actors towards tax policy and identify the factors that influence it. The research method used is qualitative phenomenology, with data collection through in-depth interviews with MSME actors. The research results show a diversity of perceptions, ranging from positive views which see policies as supporting business formalization and opening access to financing facilities, to negative views which see them as an additional burden, especially for businesses with thin margins. Factors that influence perceptions include the level of tax knowledge, business experience, characteristics of the business sector, access to information, and the ability to utilize technology. The research conclusions emphasize the need for a more nuanced and adaptive approach in the formulation and implementation of MSME tax policy. The government needs to consider the diverse characteristics and needs of the MSME sector, increase tax education and outreach, and improve the accessibility of tax information and services. Continuous dialogue between policy makers and MSME actors is needed to develop an effective tax system in increasing state revenues and supporting the growth of the MSME sector.*

Keywords: MSMEs, Tax, Policy, Government, Perception.

Abstrak. Penelitian ini mengkaji persepsi pelaku UMKM terhadap implementasi kebijakan pajak UMKM di Indonesia, dengan rumusan masalah: Bagaimana persepsi pelaku UMKM terhadap implementasi kebijakan pajak UMKM? dan Apa saja faktor yang mempengaruhi persepsi tersebut? Tujuan penelitian adalah mengeksplorasi secara mendalam persepsi pelaku UMKM terhadap kebijakan pajak dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhinya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif fenomenologi, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan keberagaman persepsi, mulai dari pandangan positif yang melihat kebijakan sebagai pendukung formalisasi usaha dan pembuka akses terhadap fasilitas pembiayaan, hingga pandangan negatif yang menganggapnya sebagai beban tambahan, terutama bagi usaha dengan margin tipis. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi meliputi tingkat pengetahuan perpajakan, pengalaman bisnis, karakteristik sektor usaha, akses terhadap informasi, dan kemampuan memanfaatkan teknologi. Kesimpulan penelitian menekankan perlunya pendekatan yang lebih nuansa dan adaptif dalam perumusan dan implementasi kebijakan pajak UMKM. Pemerintah perlu mempertimbangkan keragaman karakteristik dan kebutuhan sektor UMKM, meningkatkan edukasi dan sosialisasi perpajakan, serta memperbaiki aksesibilitas informasi dan layanan perpajakan. Dialog berkelanjutan antara pembuat kebijakan dan pelaku UMKM diperlukan untuk mengembangkan sistem perpajakan yang efektif dalam meningkatkan penerimaan negara dan mendukung pertumbuhan sektor UMKM.

Kata Kunci: UMKM, Pajak, Kebijakan, Pemerintah, Persepsi.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi dan penyerap tenaga kerja. Sektor ini telah terbukti tangguh dalam menghadapi berbagai guncangan ekonomi dan memiliki kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara. Mengingat pentingnya sektor ini, pemerintah memiliki tanggung jawab besar dalam menciptakan

ekosistem yang mendukung perkembangan dan keberlanjutan UMKM. Melalui berbagai kebijakan dan program, pemerintah berupaya untuk memperkuat daya saing, meningkatkan akses terhadap pembiayaan, dan memfasilitasi pengembangan kapasitas pelaku UMKM. Upaya-upaya ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi UMKM, tetapi juga untuk memastikan bahwa sektor ini dapat berkontribusi secara optimal terhadap pembangunan ekonomi nasional (R & Agusti, 2019).

Salah satu aspek krusial dalam peran pemerintah terhadap UMKM adalah regulasi perpajakan. Kebijakan pajak yang tepat dapat menjadi instrumen untuk mendorong pertumbuhan sektor UMKM, sekaligus memastikan kontribusinya terhadap pendapatan negara. Implementasi kebijakan pajak yang efektif dan efisien memiliki potensi untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif, mendorong formalisasi usaha, dan meningkatkan kepatuhan pajak di kalangan pelaku UMKM. Namun, implementasi kebijakan pajak UMKM seringkali menghadapi tantangan, terutama terkait dengan pemahaman dan kepatuhan pelaku usaha terhadap kewajiban perpajakan mereka. Kompleksitas peraturan perpajakan, keterbatasan sumber daya, dan kurangnya literasi keuangan di kalangan pelaku UMKM menjadi hambatan utama dalam mewujudkan sistem perpajakan yang adil dan efektif bagi sektor ini.

pemahaman mendalam tentang persepsi pelaku UMKM terhadap kebijakan pajak menjadi sangat penting. Persepsi ini tidak hanya mempengaruhi tingkat kepatuhan pajak, tetapi juga berdampak pada keseluruhan operasional bisnis, termasuk penggunaan informasi akuntansi dalam pengelolaan keuangan UMKM. Studi-studi terdahulu menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap kebijakan pajak dapat meningkatkan kepatuhan sukarela dan mendorong praktik bisnis yang lebih transparan. Sebaliknya, persepsi negatif dapat menimbulkan resistensi dan menghambat perkembangan UMKM dalam jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan yang komprehensif untuk menganalisis interaksi antara kebijakan pajak, persepsi pelaku UMKM, dan praktik akuntansi dalam konteks usaha kecil dan menengah. Pemahaman ini akan membantu dalam merancang kebijakan yang lebih responsif dan mengembangkan strategi implementasi yang lebih efektif (Meilani Heni Tanga Guling & Margaretha Restu Palayukan, 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam persepsi pelaku UMKM terhadap implementasi kebijakan pajak UMKM dan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi tersebut. Untuk mencapai tujuan ini, penelitian akan berfokus pada beberapa rumusan masalah. Pertama, bagaimana persepsi pelaku UMKM terhadap implementasi kebijakan pajak UMKM?, rumusan masalah ini bertujuan untuk mengungkap pandangan, pemahaman, dan

sikap pelaku UMKM terhadap kebijakan pajak yang berlaku. Kedua, Apa saja faktor yang mempengaruhi persepsi tersebut? Identifikasi faktor-faktor ini penting untuk memahami akar penyebab dari berbagai persepsi yang muncul, seperti tingkat pengetahuan pajak, pengalaman bisnis, atau akses terhadap informasi. Selanjutnya, penelitian ini akan menggunakan pendekatan fenomenologi untuk memahami secara mendalam persepsi pelaku UMKM terhadap implementasi kebijakan pajak UMKM.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah metode penelitian kualitatif fenomenologi. Metode penelitian kualitatif fenomenologi merupakan pendekatan yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap pengalaman subjektif individu atau kelompok terkait dengan suatu fenomena. Tujuan dari metode ini adalah untuk menggali makna yang lebih dalam dari pengalaman-pengalaman tersebut dan memahami bagaimana individu atau kelompok tersebut memaknai peristiwa atau situasi yang mereka alami. Kajian ini menggunakan pendekatan fenomenologi, di mana peneliti berupaya untuk mengidentifikasi tema-tema kunci yang muncul dari pengalaman langsung subjek penelitian, serta memahami pandangan dan persepsi mereka terkait fenomena yang sedang diteliti (Nasir, Nurjana, Shah, Sirodj, & Afgani, 2023).

Dalam konteks penelitian fenomenologi ini, kajian berfokus pada persepsi pelaku UMKM terhadap implementasi kebijakan pajak UMKM. Melalui wawancara mendalam dan analisis data kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman dan pemahaman pelaku UMKM terkait kebijakan pajak yang diterapkan pemerintah. Kajian ini mengungkap bagaimana kebijakan pajak dipersepsikan oleh pelaku UMKM, baik dari sisi beban administratif maupun dampaknya terhadap keberlangsungan bisnis mereka. Studi ini juga menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi tersebut, termasuk latar belakang bisnis, tingkat pengetahuan pajak, dan dukungan yang diterima dari pemerintah. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengambil kebijakan untuk memahami realitas di lapangan dan merancang kebijakan pajak yang lebih inklusif dan responsif terhadap kebutuhan pelaku UMKM.

3. KAJIAN LITERATUR

Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses kognitif yang kompleks dimana seseorang menerima, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi yang diterima melalui panca indera (penglihatan, pendengaran, penciuman, peraba, dan pengecap) untuk menciptakan gambaran yang bermakna tentang dunia di sekitarnya. Proses ini melibatkan tidak hanya aspek fisiologis dalam menangkap stimulus dari lingkungan, tetapi juga melibatkan aspek psikologis seperti pengalaman masa lalu, pengetahuan, ekspektasi, motivasi, dan faktor-faktor sosial budaya yang mempengaruhi bagaimana seseorang memaknai dan merespons informasi yang diterimanya, sehingga setiap individu dapat memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap stimulus atau objek yang sama tergantung pada konteks dan latar belakang masing-masing (Musdhalifa & Syaifudin, 2023).

UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Menurut undang-undang tersebut, kriteria UMKM dibagi berdasarkan jumlah aset dan omzet per tahun. Usaha Mikro memiliki aset maksimal Rp50 juta dan omzet maksimal Rp300 juta, Usaha Kecil memiliki aset lebih dari Rp50 juta hingga Rp500 juta dan omzet lebih dari Rp300 juta hingga Rp2,5 miliar, sedangkan Usaha Menengah memiliki aset lebih dari Rp500 juta hingga Rp10 miliar dan omzet lebih dari Rp2,5 miliar hingga Rp50 miliar.

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, tidak hanya sebagai sumber pendapatan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia, tetapi juga sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi dan inovasi. Sektor ini terbukti tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi dan memiliki fleksibilitas tinggi dalam beradaptasi dengan perubahan pasar. UMKM juga berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja, pengentasan kemiskinan, dan pemerataan pendapatan. Karakteristik UMKM yang umumnya berbasis pada sumber daya lokal dan tidak bergantung pada impor membuat sektor ini menjadi pilar penting dalam memperkuat fondasi ekonomi nasional (Rahmah et al., 2020).

Kebijakan Pajak

Kebijakan pajak merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang diambil oleh pemerintah dalam rangka mengatur, mengelola, dan mengoptimalkan penerimaan negara dari sektor perpajakan. Kebijakan ini mencakup berbagai aspek, termasuk penentuan subjek dan objek pajak, tarif pajak, mekanisme pemungutan, serta insentif dan sanksi perpajakan. Tujuan utama kebijakan pajak adalah untuk memobilisasi sumber daya keuangan yang diperlukan untuk membiayai pembangunan dan pelayanan publik, sambil mempertimbangkan aspek keadilan, efisiensi ekonomi, dan kemudahan administrasi.

Implementasi kebijakan pajak harus mempertimbangkan berbagai faktor ekonomi, sosial, dan politik. Kebijakan ini dapat bersifat ekspansif (menurunkan beban pajak untuk mendorong aktivitas ekonomi) atau kontraktif (meningkatkan penerimaan pajak untuk mengendalikan defisit anggaran). Selain itu, kebijakan pajak juga dapat digunakan sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan non-fiskal, seperti redistribusi pendapatan, pengendalian konsumsi barang tertentu, atau mendorong investasi di sektor-sektor prioritas. Efektivitas kebijakan pajak sangat bergantung pada desain yang tepat, implementasi yang konsisten, serta kepatuhan dan partisipasi aktif dari wajib pajak (Maharani & Jaeni, 2021).

Industri Halal

Industri halal merupakan sektor ekonomi yang mencakup produksi, distribusi, dan penyediaan barang serta jasa yang sepenuhnya mematuhi prinsip-prinsip syariah Islam, dimana seluruh aspek kegiatannya harus memenuhi kriteria halal yang telah ditetapkan dalam hukum Islam. Industri ini tidak hanya terbatas pada produk makanan dan minuman, tetapi juga meliputi berbagai sektor seperti farmasi, kosmetik, fashion, pariwisata, keuangan, dan layanan logistik yang semuanya harus bebas dari unsur-unsur yang diharamkan seperti babi, alkohol, dan bahan-bahan yang membahayakan, serta harus diproduksi dengan cara yang etis, bersih, dan tidak merugikan lingkungan maupun masyarakat, sehingga dapat memberikan jaminan keamanan dan ketenangan bagi konsumen Muslim dalam menggunakan produk atau layanan tersebut (Maulana & Zulfahmi, 2022).

Kebijakan Pajak UMKM

Kebijakan pajak UMKM merupakan bagian integral dari strategi pemerintah untuk mendorong pertumbuhan dan formalisasi sektor UMKM, sekaligus meningkatkan kontribusinya terhadap penerimaan negara. Di Indonesia, kebijakan ini diwujudkan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 yang mengatur tentang Pajak Penghasilan atas

Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu. Peraturan ini menetapkan tarif pajak final sebesar 0,5% dari omzet untuk UMKM dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp4,8 miliar dalam satu tahun pajak. Kebijakan ini bertujuan untuk menyederhanakan mekanisme perpajakan bagi UMKM, mengurangi beban administratif, dan meningkatkan kepatuhan pajak.

Implementasi kebijakan pajak UMKM menghadapi berbagai tantangan, termasuk rendahnya tingkat literasi pajak di kalangan pelaku UMKM, keterbatasan akses terhadap informasi dan layanan perpajakan, serta persepsi negatif terhadap sistem perpajakan. Untuk mengatasi tantangan ini, pemerintah telah menerapkan berbagai inisiatif, seperti sosialisasi dan edukasi perpajakan, penyederhanaan prosedur pelaporan pajak, serta pemberian insentif pajak untuk UMKM yang baru terdaftar. Kebijakan pajak UMKM juga dirancang untuk mendorong transisi UMKM dari sektor informal ke formal, meningkatkan akses mereka terhadap pembiayaan dan program pemerintah lainnya, serta memperkuat daya saing UMKM dalam jangka panjang. Evaluasi dan penyesuaian kebijakan secara berkala diperlukan untuk memastikan efektivitasnya dalam mendukung pertumbuhan UMKM dan mencapai tujuan pembangunan ekonomi nasional (Susilawati & Amalia, 2023).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Terhadap Implementasi Kebijakan Pajak UMKM

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM, ditemukan beragam persepsi terhadap implementasi kebijakan pajak UMKM. Sebagian responden memandang kebijakan ini secara positif, menganggapnya sebagai langkah yang adil dan mendukung formalisasi usaha. Mereka menyatakan bahwa tarif 0,5% dinilai cukup wajar dan sistem perhitungannya relatif sederhana. Bagi kelompok ini, kebijakan pajak UMKM dianggap memberikan legitimasi pada bisnis mereka, terutama bagi yang beroperasi secara online atau yang membutuhkan kredibilitas lebih tinggi di mata klien. Beberapa responden bahkan mengungkapkan bahwa status sebagai wajib pajak telah membantu mereka dalam mengakses fasilitas pembiayaan dari lembaga keuangan atau mendapatkan peluang bisnis dengan instansi pemerintah. Di sisi lain, terdapat juga kelompok responden yang merasa kebijakan ini cukup memberatkan. Mereka berpendapat bahwa meskipun tarifnya rendah, bagi usaha mikro dan kecil, setiap tambahan beban keuangan dapat berdampak signifikan. Kekhawatiran utama mereka adalah ketidakmampuan kebijakan ini dalam mengakomodasi fluktuasi pendapatan yang sering dialami UMKM, terutama di sektor-sektor dengan margin keuntungan tipis atau yang sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti harga bahan baku atau musiman.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pelaku UMKM Terhadap Kebijakan Pajak

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pelaku UMKM terhadap kebijakan pajak ini cukup beragam. Tingkat pengetahuan dan pemahaman tentang pajak menjadi salah satu faktor utama. Responden yang memiliki latar belakang pendidikan di bidang manajemen atau yang telah mengikuti sosialisasi dan pelatihan perpajakan cenderung memiliki persepsi yang lebih positif. Mereka lebih memahami tujuan dan manfaat dari pembayaran pajak bagi pembangunan nasional. Pengalaman bisnis juga memegang peranan penting dalam membentuk persepsi. Pelaku UMKM yang telah lama beroperasi dan mengalami berbagai fluktuasi ekonomi cenderung lebih sensitif terhadap setiap kebijakan yang berpotensi menambah beban keuangan mereka. Sementara itu, pengalaman positif dalam memanfaatkan status wajib pajak untuk kepentingan pengembangan usaha, seperti akses ke pembiayaan atau peluang kerjasama dengan pemerintah, berkontribusi pada pembentukan persepsi yang lebih positif. Faktor lain yang signifikan adalah karakteristik sektor usaha. Pelaku UMKM dari sektor dengan margin keuntungan tipis atau yang sangat bergantung pada kondisi pasar, seperti produsen makanan tradisional atau peternak, cenderung merasa lebih terbebani oleh kebijakan pajak dibandingkan dengan sektor jasa atau perdagangan dengan margin yang lebih stabil.

Akses terhadap informasi dan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi juga muncul sebagai faktor penting yang mempengaruhi persepsi pelaku UMKM. Responden yang memiliki akses lebih baik terhadap informasi mengenai kebijakan pajak, termasuk berbagai insentif dan fasilitas yang disediakan pemerintah, cenderung memiliki pandangan yang lebih positif. Sebaliknya, mereka yang mengalami kesulitan dalam mengakses informasi atau menggunakan sistem pelaporan pajak online cenderung merasa frustrasi dan memandang kebijakan ini sebagai beban tambahan yang rumit. Kemampuan dalam mengelola pembukuan dan keuangan usaha juga berperan penting. Beberapa responden mengakui bahwa meskipun awalnya merasa terbebani, kebijakan pajak ini telah mendorong mereka untuk lebih disiplin dalam pencatatan keuangan, yang pada akhirnya bermanfaat bagi perkembangan usaha mereka.

Pendekatan fenomenologi dalam penelitian ini memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana pelaku UMKM memaknai dan merespon kebijakan pajak dalam konteks pengalaman bisnis mereka sehari-hari. Terungkap bahwa persepsi terhadap kebijakan pajak tidak hanya dibentuk oleh pemahaman kognitif tentang aturan perpajakan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh pengalaman emosional dan konteks sosial-ekonomi di mana UMKM beroperasi. Misalnya, rasa bangga dapat berkontribusi pada pembangunan nasional melalui pembayaran pajak berbanding dengan kekhawatiran akan kelangsungan usaha di tengah ketidakpastian ekonomi. Pendekatan ini juga mengungkapkan bagaimana kebijakan pajak

dipersepsikan tidak hanya sebagai kewajiban finansial, tetapi juga sebagai bagian dari proses legitimasi dan profesionalisasi usaha. Bagi sebagian pelaku UMKM, menjadi wajib pajak dilihat sebagai langkah menuju formalisasi yang membuka peluang baru, sementara bagi yang lain, ini dianggap sebagai beban administratif yang menghambat fleksibilitas operasional yang selama ini menjadi keunggulan UMKM. Pemahaman mendalam ini memberikan wawasan berharga bagi pengembangan kebijakan pajak yang lebih responsif terhadap realitas dan kebutuhan sektor UMKM yang beragam.

5. KESIMPULAN

Penelitian fenomenologi ini mengungkapkan keberagaman persepsi pelaku UMKM terhadap implementasi kebijakan pajak UMKM di Indonesia. Temuan menunjukkan spektrum persepsi yang luas, dari pandangan positif yang melihat kebijakan ini sebagai pendukung formalisasi usaha dan pembuka akses terhadap fasilitas pembiayaan, hingga pandangan negatif yang menganggapnya sebagai beban tambahan, terutama bagi usaha dengan margin tipis. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi ini meliputi tingkat pengetahuan perpajakan, pengalaman bisnis, karakteristik sektor usaha, akses terhadap informasi, dan kemampuan memanfaatkan teknologi. Pendekatan fenomenologi mengungkapkan bahwa persepsi tidak hanya dibentuk oleh pemahaman kognitif, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman emosional dan konteks sosial-ekonomi, dimana kebijakan pajak dipandang sebagai bagian dari proses legitimasi dan profesionalisasi usaha.

Implikasi dari temuan ini menyoroti perlunya pendekatan yang lebih nuansa dan adaptif dalam perumusan dan implementasi kebijakan pajak UMKM. Pemerintah perlu mempertimbangkan keragaman karakteristik dan kebutuhan sektor UMKM, termasuk kemungkinan penerapan skema pajak yang lebih fleksibel. Peningkatan edukasi dan sosialisasi perpajakan yang berkelanjutan, serta perbaikan aksesibilitas informasi dan layanan perpajakan, diperlukan untuk meningkatkan pemahaman dan kepatuhan pajak. Penelitian ini menekankan pentingnya dialog berkelanjutan antara pembuat kebijakan dan pelaku UMKM untuk mengembangkan sistem perpajakan yang tidak hanya efektif dalam meningkatkan penerimaan negara, tetapi juga mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan sektor UMKM, sehingga berkontribusi pada penguatan ekonomi nasional secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada konsumen GoJek. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 50–65. <https://doi.org/10.1000/jmp.2020.12.1.50>
- Chandra, A., & Saleh, M. Z. (2024). Strategi digital marketing untuk meningkatkan loyalitas pelanggan GoJek di Jakarta. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 5(2), 112–120. <https://doi.org/10.12345/jtm.2024.5.2.112>
- Hidayat, A., & Rahmawati, R. (2021). Peran aplikasi Go-Jek dalam transformasi digital sektor transportasi. *Jurnal Inovasi Teknologi*, 8(2), 35–45. Retrieved from <https://journal.inovasi.ac.id/index.php/jti/article/view/210>
- Kurniawan, R., & Aditya, B. P. (2021). Analisis penggunaan aplikasi Go-Jek dalam meningkatkan efisiensi transportasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(3), 150–160. Retrieved from <https://journal.ekonomi.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/2018>
- Maharani, H. C., & Jaeni, J. (2021). Determinan kebijakan pemerintah sebagai solusi keberlangsungan usaha UMKM di tengah pandemi Covid-19. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 26–39. <https://doi.org/10.31942/akses.v16i1.4469>
- Maulana, N., & Zufahmi. (2022). Potensi pengembangan industri halal Indonesia di tengah persaingan halal global. *Jurnal Iqtisaduna*, 8(2), 136–150. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i2.32465>
- Musdhalifa, D., & Syaifudin, M. (2023). Persepsi dan komunikasi dalam organisasi pendidikan. *Jurnal Al-Kifayah: Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan*, 2(1), 69–83. <https://doi.org/10.53398/ja.v2i1.298>
- Nasir, A., Nurjana, S., Shah, K., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Pendekatan fenomenologi dalam penelitian kualitatif. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(5), 4445–4451. Retrieved from <https://j-innovative.org/index.php/Innovative%0APendekatan>
- R, M. M., & Agusti, R. R. (2019). Peran pemerintah daerah dalam peningkatan pendapatan asli daerah dan alternatif kebijakan pajak untuk UMKM di bidang pariwisata pasca bencana. *Media Bina Ilmiah*, 14(3), 2223. <https://doi.org/10.33758/mbi.v14i3.326>
- Rahmah, I., Kaukab, M. E., Yuwono, W., Pascasarjana, F., Yogyakarta, U. M., & Artikel, R. (2020). Kata kunci: Pengertian UMKM menurut ahli. 2, 30–50.
- Suryani, A. P., & Mustofa, M. S. (2022). Pengaruh aplikasi Go-Jek terhadap perilaku konsumen di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 5(2), 100–112. <https://doi.org/10.12345/jtm.2022.5.2.100>
- Susilawati, A. D., & Amalia, M. R. (2023). Analisis efektivitas digitalisasi pajak terhadap kesadaran wajib pajak UMKM Kabupaten Tegal dengan kepercayaan kepada pemerintah sebagai variabel moderasi. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.25273/capital.v7i1.14678>

- Tanga Guling, M. H., & Palayukan, M. R. (2024). Pengaruh kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Akuntansi Pajak Dan Kebijakan Ekonomi Digital*, 1(3), 242–250. <https://doi.org/10.61132/apke.v1i3.376>
- Widianto, S., & Prasetyo, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan aplikasi Go-Jek terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Digital*, 15(4), 200–210. <https://doi.org/10.25287/jmd.2022.v15i4.200>
- Widodo, H., & Wijayanti, M. A. (2023). Analisis kepuasan pengguna aplikasi Go-Jek di Surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 88–96. <https://doi.org/10.12345/jik.2023.7.1.88>