

INOVASI PENGADAAN PEMERINTAH DALAM OPTIMALISASI PAJAK UMKM (STUDI KASUS KANWIL DJP JAKARTA PUSAT)

Abdullah Yusuf Muflih¹, Tafrikhul Khotir², Prasetyo Dipa Nurshiddiq³

Universitas Sebelas Maret¹

Corresponding email:

abdullahyusufm13@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History

Submission:

Review:

Revised:

Accepted:

Published:

Keywords

Inovasi

UMKM

Pengadaan

Barang

Jasa

ABSTRACT

Penelitian ini menganalisis inovasi pengadaan barang dan jasa (PBJ) yang diterapkan oleh Kanwil DJP Jakarta Pusat untuk meningkatkan keterlibatan UMKM dan kepatuhan pajak. Menggunakan metode *Participatory Action Research*, penelitian ini melibatkan kolaborasi antara peneliti, UMKM, dan pemangku kepentingan lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan kualitas produk UMKM, memperluas pemasaran digital, serta meningkatkan pemahaman tentang kewajiban perpajakan dan pembukuan yang baik. Selain itu, pelatihan layanan pelanggan dan prinsip *Service Excellence* memperkuat daya saing UMKM. Program ini juga menciptakan norma baru terkait kepatuhan pajak dan pengelolaan usaha yang profesional. Inovasi ini terbukti memperkuat partisipasi UMKM dalam PBJ pemerintah, mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

Introduction

Pengadaan barang dan jasa pemerintah memiliki peran krusial dalam mendukung pelaksanaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), terutama karena sebagian besar anggaran pemerintah disalurkan melalui proses pengadaan tersebut. Proses pengadaan ini mencakup belanja barang, belanja modal, serta sebagian dari belanja sosial dan hibah (Rakhman, 2022). Dengan demikian, pengadaan barang dan jasa tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan operasional pemerintah tetapi juga sebagai instrumen kebijakan fiskal yang bertujuan untuk mendorong perekonomian, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan daya saing nasional (Iqbal, 2020). Selain itu, alokasi anggaran untuk pengadaan yang bersumber dari APBN dan APBD ini juga diperuntukkan bagi penyediaan barang dan jasa publik, yang memiliki dampak luas terhadap masyarakat (Darmawan, 2022).

Pada tahun 2023, pemerintah menetapkan anggaran pengadaan barang dan jasa sebesar Rp1.175,56 triliun. Dari total tersebut, Rp810,92 triliun dialokasikan untuk penyedia eksternal. Hingga pertengahan tahun 2023, realisasi belanja mencapai Rp529,51 triliun atau sekitar 65,3% dari rencana (Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah, 2023).

Capaian ini menegaskan besarnya kontribusi pengadaan barang dan jasa terhadap perekonomian nasional. Kebijakan pengalokasian khusus ini juga menegaskan bahwa peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional sangat penting. Dalam kerangka pengadaan pemerintah, pagu anggaran hingga Rp15 miliar dialokasikan khusus untuk usaha kecil dan koperasi, kecuali untuk pekerjaan yang membutuhkan keterampilan teknis tertentu yang tidak dapat dipenuhi oleh usaha kecil (Septian, 2022). Dengan demikian, kebijakan ini memperkuat peran UMKM sebagai sektor penggerak ekonomi yang mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mengurangi kesenjangan ekonomi.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), UMKM menyumbang sekitar 60% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia (Nursini, 2020). Potensi besar ini membuat pelibatan UMKM dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah menjadi salah satu strategi penting untuk menggerakkan roda perekonomian. Selain itu, pelibatan UMKM dalam PBJ berperan dalam mendorong potensi pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Hal ini terlihat dalam kebijakan pemerintah yang dituangkan melalui Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 tentang pengadaan barang dan jasa, yang bertujuan meningkatkan partisipasi UMKM, pemerataan ekonomi, dan pengadaan yang berkelanjutan. Kebijakan ini kemudian diperkuat melalui Peraturan Presiden Nomor 12 Tahun 2021, yang mewajibkan kementerian, lembaga, dan pemerintah daerah untuk mengalokasikan setidaknya 40% anggaran belanja barang dan jasa bagi UMKM dan koperasi (Pratama, 2023). Dengan kebijakan tersebut, pemerintah berharap agar UMKM dapat lebih aktif berpartisipasi dalam pengadaan barang dan jasa serta mendorong pertumbuhan usaha mereka secara signifikan.

Partisipasi UMKM dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah telah berjalan sejak tahun 2015, namun masih terdapat sejumlah kendala dalam implementasinya. Salah satu hambatan utama yang dihadapi adalah rendahnya jumlah produk UMKM yang berhasil masuk ke e-katalog pemerintah, platform utama yang digunakan dalam pengadaan barang dan jasa (Iqbal, 2020). Menurut Kantor Staf Presiden Republik Indonesia (2022) jumlah produk UMKM yang tercantum di e-katalog mencapai 1.620.821 produk, namun penyedia dari kalangan UMKM hanya berjumlah 33.087 unit usaha. Dalam hal ini, pemerintah mengalokasikan dana Rp331,39 triliun untuk belanja pemerintah pusat dan daerah, tetapi realisasi belanja untuk UMKM baru mencapai 42,78% (Kantor Staf Presiden Republik Indonesia, 2022). Kondisi ini mengindikasikan perlunya peningkatan kapasitas UMKM agar lebih siap dalam memenuhi kebutuhan pengadaan barang dan jasa pemerintah, baik dari segi kualitas produk maupun efisiensi distribusi di e-katalog.

Selain berperan dalam pengadaan barang dan jasa, UMKM juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penerimaan negara melalui pajak (Tahir et al., 2021). Namun, kontribusi pajak UMKM terhadap penerimaan nasional masih tergolong rendah. Salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya kontribusi pajak UMKM adalah keterbatasan dalam kemampuan pembukuan dan administrasi perpajakan (Anjelina,

Frederica, & Iskandar, 2023). Banyak UMKM yang belum memahami pentingnya pengelolaan laporan keuangan dan administrasi pajak yang baik, sehingga mereka kesulitan untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, pemerintah berupaya meringankan beban pajak UMKM dengan menetapkan batas penghasilan tidak kena pajak (PTKP) bagi UMKM. Dengan demikian, hanya UMKM dengan omzet di atas PTKP yang dikenakan pajak sebesar 0,5% (Yolanda, 2024). Kebijakan ini merupakan langkah konkret pemerintah untuk mendukung pertumbuhan UMKM melalui insentif perpajakan yang lebih ringan.

Sebagai lembaga yang berfokus pada penerimaan negara, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) juga memberikan perhatian khusus kepada UMKM. Melalui program Business Development Services (BDS), DJP berupaya mendampingi UMKM dalam mengembangkan usaha mereka serta meningkatkan kesadaran pajak. Dalam konteks PBJ, DJP berperan sebagai mitra yang mendorong UMKM untuk terlibat dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah (Diani & Lubis, 2022). Program ini bertujuan mempererat hubungan antara DJP dan UMKM, sehingga para pelaku usaha dapat melihat secara langsung manfaat dari pajak yang mereka bayarkan. Meskipun demikian, Menteri Koperasi dan UKM menyatakan bahwa kontribusi pajak UMKM terhadap penerimaan pajak nasional masih rendah (Yulia et al., 2020). Hal ini menunjukkan bahwa masih ada kebutuhan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman pajak di kalangan UMKM melalui berbagai strategi yang lebih efektif.

Dalam upaya mengatasi berbagai hambatan tersebut, DJP Jakarta Pusat memperkenalkan inovasi dalam proses pengadaan barang dan jasa, yang mengintegrasikan program-program pendukung bagi UMKM (Anatan & Nur, 2023). Program ini bertujuan untuk membantu UMKM mengatasi kendala dalam menjalankan usaha, meningkatkan omzet melalui pengadaan barang dan jasa pemerintah, serta memperluas jangkauan produk mereka melalui pendampingan digital marketing dan manajemen perpajakan. Melalui inovasi PBJ yang terintegrasi dengan program pengembangan kapasitas ini, diharapkan UMKM dapat lebih mandiri dalam mengelola administrasi keuangan dan perpajakan mereka, sehingga secara bertahap dapat meningkatkan kontribusi pajak terhadap negara.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis inovasi PBJ yang dilakukan oleh DJP Jakarta Pusat dalam meningkatkan kepatuhan pajak UMKM di Indonesia. Kajian ini difokuskan pada pengaruh program inovasi dalam PBJ yang memberikan manfaat bagi UMKM, baik dari segi peningkatan omzet, kapasitas bisnis, maupun kesadaran perpajakan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai implikasi program inovasi PBJ yang mendukung penggunaan produk lokal UMKM, serta sejauh mana program-program inovatif BDS yang dilakukan DJP Jakarta Pusat dalam mendorong kepatuhan pajak UMKM secara berkelanjutan.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan tercipta sinergi yang lebih kuat antara kebijakan PBJ dan kebijakan perpajakan yang mendorong UMKM untuk lebih patuh pajak. Tujuan jangka panjang yang ingin dicapai adalah peningkatan pertumbuhan ekonomi yang inklusif serta pemerataan ekonomi yang berkelanjutan. Penelitian ini juga diharapkan dapat

memberikan kontribusi bagi pengembangan kebijakan yang lebih adaptif dan inovatif, sehingga inovasi PBJ dapat menjadi instrumen efektif dalam mendorong UMKM untuk patuh terhadap peraturan perpajakan, serta menciptakan ekosistem ekonomi yang lebih stabil, kompetitif, dan berkeadilan di Indonesia.

Method

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan Participatory Action Research (PAR). Metode ini merupakan bagian dari penelitian tindakan (action research) yang berfokus pada peningkatan berkelanjutan melalui proses siklus dan reflektif (Brydon-Miller et al., 2020). Penelitian ini bersifat partisipatif, melibatkan berbagai pihak seperti peneliti, guru, pemerintah, pendamping program, serta pemangku kepentingan (Syaifudin, 2021). Menurut Brydon-Miller et al. (2020), PAR dirancang untuk mengimplementasikan teori melalui pengembangan dan penerapan tindakan guna menciptakan perubahan sosial dan lingkungan.

Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada relevansinya dengan masalah yang diteliti. Lokasi tidak hanya menjadi latar belakang, tetapi juga konteks sosial yang memengaruhi interaksi manusia dan fenomena yang diteliti. Peneliti diharapkan terlibat secara mendalam melalui pengamatan, wawancara, atau interaksi untuk memahami konteks fenomena sosial (Cornish, 2023). Penelitian ini berlangsung selama empat bulan, dari Juli hingga Oktober 2024, untuk menggali inovasi PBJ oleh DJP Jakarta Pusat serta pemaknaan kepatuhan pajak oleh UMKM.

Data penelitian dibedakan menjadi data primer, diperoleh melalui wawancara dengan PPK, petugas pajak, pelaku UMKM, tokoh komunitas, dan akademisi; serta data sekunder, diperoleh dari jurnal, buku, dan data kepatuhan wajib pajak. Teknik triangulasi digunakan untuk mengintegrasikan berbagai metode pengumpulan data, memastikan keselarasan dan meningkatkan validitas (Alam, 2021).

Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan model Miles & Huberman (Asipi et al., 2022) yang melibatkan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data direduksi menjadi tema utama, disajikan secara sistematis dalam narasi, matriks, atau grafik, dan diverifikasi melalui triangulasi serta diskusi intersubjektif. Proses ini memastikan hasil yang konsisten, komprehensif, dan dapat dipertanggungjawabkan (Keahey, 2021).

Results and Discussion

Strategi Inovasi Kanwil DJP Jakarta Pusat dalam Meningkatkan Keterlibatan UMKM dalam Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah

Penelitian ini menganalisis strategi inovasi yang diterapkan oleh Kanwil DJP Jakarta Pusat dalam meningkatkan keterlibatan UMKM dalam proses pengadaan barang dan jasa pemerintah. Dalam hal ini, peneliti mengkaji pendekatan inovasi yang diterapkan dengan menggunakan kerangka Teori Difusi Inovasi (Vargo et al., 2020).

1. Keuntungan Relatif (Relative Advantage)

Strategi inovasi yang diterapkan oleh Kanwil DJP Jakarta Pusat menawarkan keuntungan relatif yang signifikan bagi UMKM dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah. Inovasi pertama yang diterapkan adalah pelatihan keterampilan teknis, seperti pelatihan fotografi produk untuk memastikan produk UMKM sesuai dengan standar pengadaan pemerintah. Keuntungan relatif yang diperoleh UMKM terlihat dari hasil pelatihan ini, yang menunjukkan bahwa UMKM meningkatkan kualitas produk mereka, membuatnya lebih profesional, dan lebih menarik di pasar pengadaan pemerintah. Dengan kompetensi yang lebih baik, UMKM dapat memperbesar peluang untuk diterima sebagai mitra pengadaan pemerintah, yang berkontribusi pada peningkatan omset dan keberlanjutan usaha mereka.

Selain itu, pelatihan pemasaran digital yang mencakup strategi media sosial, SEO, dan optimasi website memberikan keuntungan relatif yang jelas bagi UMKM, karena mereka dapat memperluas jangkauan pasar secara lebih efisien (Utari, 2022). Pelatihan WhatsApp Business, yang bertujuan untuk meningkatkan komunikasi dengan pelanggan dan mempercepat transaksi, juga memberikan keuntungan praktis yang langsung dirasakan. Oleh karena itu, UMKM yang mengadopsi inovasi ini merasakan manfaat langsung, seperti peningkatan kepercayaan diri dalam memasarkan produk mereka, yang secara langsung meningkatkan keterlibatan mereka dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah.

2. Kompleksitas (Complexity)

Dalam konteks kompleksitas, inovasi yang diterapkan oleh Kanwil DJP Jakarta Pusat dirancang untuk meminimalkan hambatan teknis bagi UMKM. Pelatihan yang diberikan kepada UMKM, misalnya dalam hal fotografi produk atau penggunaan WhatsApp Business, disesuaikan dengan tingkat pemahaman dan keterampilan dasar yang dimiliki oleh para pelaku UMKM. Hal ini memastikan bahwa proses adopsi inovasi tidak terlalu rumit atau kompleks bagi mereka. Sederhana, aplikatif, dan mudah dipahami, pelatihan-pelatihan ini membuat UMKM dapat langsung mengimplementasikan keterampilan yang mereka pelajari dalam operasional sehari-hari (Novarini & Dewi, 2023).

Dalam kasus ini, pelatihan tentang pemasaran digital dan penggunaan SEO sangat relevan dengan kebutuhan UMKM yang seringkali tidak memiliki latar belakang teknis yang mendalam, tetapi dapat mengaplikasikan prinsip-prinsip dasar SEO untuk meningkatkan visibilitas di dunia maya (Utari, 2022). Dengan menurunkan tingkat kompleksitas, strategi inovasi ini membuat adopsi lebih mudah bagi mayoritas UMKM, yang pada akhirnya meningkatkan keterlibatan mereka dalam proses pengadaan pemerintah (Hura & Molinda Kakisina, 2022).

3. Observabilitas (Observability)

Observabilitas, atau sejauh mana hasil dari inovasi dapat diamati oleh pihak luar, adalah faktor penting dalam memfasilitasi difusi inovasi. Inovasi yang diterapkan oleh Kanwil DJP Jakarta Pusat sangat terlihat dan dapat diamati oleh pihak lain, baik oleh instansi pemerintah maupun oleh pelanggan. Hasil yang langsung dapat diamati, seperti peningkatan

kualitas foto produk, perbaikan website yang lebih user-friendly, atau peningkatan interaksi melalui media sosial, menjadi indikator jelas bagi UMKM yang belum mengadopsi inovasi untuk mengikuti langkah yang sama (Jannatin et al., 2020).

Keberhasilan UMKM dalam meningkatkan keterlibatan mereka dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah melalui strategi pemasaran digital dan keterampilan komunikasi yang lebih baik dapat terlihat oleh publik, yang mendorong lebih banyak UMKM untuk mengadopsi inovasi serupa. Observabilitas yang tinggi mempercepat penyebaran inovasi ini di kalangan UMKM yang lebih luas, yang pada gilirannya meningkatkan partisipasi mereka dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah.

4. Kesesuaian Budaya dan Konteks (Compatibility)

Kesesuaian budaya dan konteks merupakan elemen krusial dalam adopsi inovasi. Dalam hal ini, inovasi yang diperkenalkan oleh Kanwil DJP Jakarta Pusat sangat kompatibel dengan konteks bisnis dan kebutuhan UMKM di Indonesia. Pelatihan tentang pelayanan pelanggan, manajemen tim, dan kepatuhan perpajakan adalah bagian dari upaya untuk meningkatkan profesionalisme UMKM agar lebih siap bersaing dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah (Aprilia & Johantri, 2022). Pelatihan tentang customer service dan service excellence selaras dengan budaya bisnis di Indonesia yang menekankan pentingnya hubungan personal dan kepuasan pelanggan. Dengan meningkatkan kualitas layanan pelanggan, UMKM tidak hanya memperbaiki produk mereka, tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih baik untuk pelanggan, yang meningkatkan loyalitas dan memperbesar peluang mereka untuk diterima dalam proses pengadaan pemerintah.

Selain itu, pelatihan kewajiban perpajakan dan pembukuan yang lebih baik juga sangat sesuai dengan kebutuhan UMKM, yang sering kali menghadapi kesulitan dalam memenuhi persyaratan administrasi pemerintah, seperti NPWP dan laporan pajak yang tepat waktu. Dengan memahami kewajiban perpajakan dan pengelolaan keuangan yang lebih baik, UMKM dapat mengurangi risiko sanksi hukum dan memperkuat posisi mereka dalam proses pengadaan (Dwiputra & Barus, 2022).

5. Pengaruh Jaringan Sosial dan Komunikasi

Selain faktor-faktor yang telah disebutkan, pengaruh sosial melalui jaringan komunikasi antara UMKM juga berperan penting dalam difusi inovasi. Inovasi ini tidak hanya menyebar melalui pelatihan langsung, tetapi juga melalui komunikasi antarpeserta pelatihan yang saling berbagi pengalaman dan strategi. Dengan adanya testimoni keberhasilan dari UMKM yang telah sukses menerapkan pelatihan, informasi mengenai inovasi ini tersebar lebih luas, baik di dalam komunitas UMKM maupun di luar mereka.

Pada tingkat pengambilan keputusan, kelompok UMKM yang lebih besar dipengaruhi oleh rekan-rekan mereka yang sudah terlebih dahulu mengadopsi inovasi ini, menciptakan snowball effect dalam penyebaran inovasi. Hal ini mempercepat adopsi teknologi dan strategi baru oleh UMKM lainnya, meningkatkan keterlibatan mereka dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah.

Secara keseluruhan, strategi inovasi yang diterapkan oleh Kanwil DJP Jakarta Pusat dalam meningkatkan keterlibatan UMKM dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah sangat efektif dan relevan dengan prinsip-prinsip dalam Teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Everett Rogers. Keuntungan relatif yang tinggi, kompleksitas yang rendah, observabilitas yang jelas, dan kesesuaian dengan konteks dan budaya bisnis UMKM di Indonesia menjadi faktor utama yang mendorong adopsi inovasi (Pinho et al., 2021). Melalui pelatihan-pelatihan yang aplikatif dan relevan, UMKM memperoleh keterampilan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka, memperluas jangkauan pasar, dan memenuhi persyaratan pengadaan pemerintah (Sofania & Sitorus, 2023). Dengan demikian, strategi inovasi ini berhasil memperkuat posisi UMKM dalam pasar pengadaan barang dan jasa pemerintah, serta meningkatkan partisipasi mereka dalam proses pengadaan yang lebih inklusif dan profesional.

Konstruksi Sosial Kepatuhan Pajak UMKM: Peran Program Inovasi PBJ Kanwil DJP Jakarta Pusat

Dalam perspektif konstruksi sosial, pengetahuan tentang kewajiban pajak dan kepatuhan pajak tidak hanya dipahami sebagai fakta objektif, tetapi juga sebagai hasil dari proses interaksi sosial yang membentuk persepsi, norma, dan tindakan individu atau kelompok dalam masyarakat. Menurut Peter L. Berger (Nurkhalis, 2018), realitas sosial adalah hasil dari proses internalisasi, objektivasi, dan eksternalisasi yang terjadi dalam interaksi sosial. Dalam konteks ini, pengetahuan tentang kewajiban perpajakan bagi pelaku UMKM merupakan konstruksi sosial yang dibentuk melalui interaksi antara UMKM dengan instansi pemerintah dan lembaga terkait, seperti DJP (Direktorat Jenderal Pajak). Program pengembangan inovasi PBJ yang dilaksanakan oleh Kanwil DJP Jakarta Pusat memainkan peran kunci dalam internalisasi pengetahuan tentang pajak kepada UMKM melalui pelatihan-pelatihan yang terstruktur.

Pada tahap pertama, pelatihan memberikan informasi teknis dan edukasi terkait kewajiban perpajakan yang perlu dipenuhi oleh setiap pelaku usaha yang ingin berpartisipasi dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah. Pengetahuan yang awalnya tidak terstruktur atau bahkan tidak diketahui oleh sebagian besar pelaku UMKM, diubah menjadi bagian dari realitas sosial mereka. Melalui pelatihan ini, konsep-konsep terkait dengan NPWP, pelaporan SPT, dan kewajiban perpajakan lainnya menjadi bagian dari struktur pemahaman sosial yang internal bagi UMKM.

Namun, pengetahuan ini tidak berhenti pada proses internalisasi saja, karena dalam konstruksi sosial, pengetahuan juga perlu melalui proses objektivasi dan eksternalisasi dalam bentuk praktik. UMKM tidak hanya belajar teori tentang perpajakan, tetapi juga dihadapkan pada praktik perpajakan nyata dalam interaksi mereka dengan sistem administrasi pajak yang telah disiapkan oleh Kanwil DJP. Misalnya, melalui platform digital atau aplikasi perpajakan yang dibahas dalam pelatihan, mereka mulai menjalankan kewajiban pajak secara aktif dan

lebih terlibat dalam sistem perpajakan yang lebih formal. Dengan kata lain, mereka tidak hanya memandang pajak sebagai kewajiban, tetapi sebagai bagian integral dari struktur sosial usaha mereka.

Menurut teori konstruksi sosial, eksternalisasi merujuk pada bagaimana pengetahuan yang telah diinternalisasi dipraktikkan dan diterapkan dalam kehidupan sosial. Program pelatihan yang dilaksanakan oleh Kanwil DJP Jakarta Pusat memberikan ruang bagi para pelaku UMKM untuk mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh dalam praktik sehari-hari mereka. Pelatihan terkait dengan pengadaan barang dan jasa, serta kewajiban perpajakan, mengarah pada penerapan pengetahuan tersebut dalam konteks administrasi keuangan dan perpajakan yang lebih transparan dan sistematis.

Dalam konteks ini, pelatihan tentang pembukuan dan pelaporan pajak tidak hanya memberikan pengetahuan teoretis, tetapi juga mendorong UMKM untuk menggunakan alat dan aplikasi yang mendigitalisasi proses perpajakan. Pelaku UMKM mulai mencatat transaksi dengan rapi, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta melaporkan pajak dengan cara yang lebih efisien melalui sistem yang disediakan oleh DJP. Praktik-praktik ini bukan hanya hasil dari pengalaman pribadi, tetapi merupakan produk sosial yang terbentuk melalui interaksi dengan lingkungan eksternal mereka (seperti program pelatihan, kebijakan pemerintah, dan interaksi dengan pihak pajak) (Saleh et al., 2023).

Dalam perspektif konstruksi sosial, identitas individu atau kelompok terbentuk dari proses sosial yang melibatkan peran serta dalam norma, nilai, dan praktik sosial yang ada di masyarakat. Proses ini dikenal sebagai internalisasi, dengan mengikuti pelatihan yang diberikan oleh Kanwil DJP Jakarta Pusat, para pelaku UMKM tidak hanya menerima pengetahuan tentang kewajiban pajak, tetapi juga menginternalisasi nilai-nilai perpajakan sebagai bagian dari identitas mereka sebagai wajib pajak yang sah dan patuh.

Pendidikan mengenai kewajiban perpajakan dan pengadaan barang dan jasa mengarah pada terbentuknya kesadaran bahwa kepatuhan pajak adalah bagian dari tanggung jawab sosial mereka sebagai pelaku usaha yang profesional. Mereka mulai melihat bahwa kewajiban pajak bukanlah beban, tetapi bagian dari profesionalisme dan akses terhadap peluang pasar, terutama dalam konteks pengadaan pemerintah yang membutuhkan kepatuhan terhadap standar administratif dan hukum (Anjelina, Frederica, Iskandar, et al., 2023).

Proses ini berkontribusi pada perubahan persepsi UMKM mengenai pajak: dari sebuah kewajiban yang terpisah dari operasi usaha menjadi sebuah aspek yang terintegrasi dalam praktek bisnis sehari-hari. Kepatuhan pajak menjadi bagian dari identitas bisnis yang sah yang memungkinkan UMKM untuk berpartisipasi dalam pengadaan pemerintah, meningkatkan kredibilitas mereka, dan membuka peluang untuk pengembangan usaha yang lebih besar (Istri Juni Astuti & Ayu Putu Sri Widnyani, 2019).

Program pengembangan inovasi PBJ juga berperan dalam membangun norma sosial baru di kalangan pelaku UMKM terkait dengan pengadaan barang dan jasa pemerintah. Melalui pelatihan dan edukasi, pelaku UMKM belajar untuk berinteraksi dengan struktur

birokrasi pengadaan, yang selama ini masih dinilai sebagai halangan atau sistem yang sulit dipahami. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang prosedur pengadaan, UMKM mulai melihat pengadaan pemerintah sebagai kesempatan untuk berkembang, bukan sebagai kendala (Iqbal, 2020).



Gambar 1 Sosialisasi Perpajakan dari Kanwil DJP Jakarta Pusat

Dengan demikian, terdapat konstruksi sosial baru mengenai peran UMKM dalam sistem pengadaan barang dan jasa pemerintah. Norma sosial yang muncul adalah bahwa UMKM yang patuh pajak lebih dihargai dan lebih memiliki peluang untuk memenangkan kontrak pemerintah. Hal ini mendorong pelaku UMKM untuk melihat kepatuhan pajak sebagai investasi jangka panjang yang membuka peluang dalam dunia pengadaan yang lebih luas, menciptakan perubahan dalam pola pikir dan perilaku sosial di kalangan pelaku UMKM (Saleh et al., 2023).

Secara keseluruhan, program inovasi PBJ yang dijalankan oleh Kanwil DJP Jakarta Pusat berkontribusi dalam membangun konstruksi sosial baru tentang kepatuhan pajak di kalangan pelaku UMKM. Melalui internalisasi pengetahuan mengenai prosedur pengadaan dan kewajiban perpajakan, eksternalisasi praktik perpajakan melalui penggunaan aplikasi dan pembukuan yang lebih rapi, serta penanaman norma sosial yang menjadikan kepatuhan pajak bagian dari identitas profesional UMKM, program ini telah berhasil mengubah persepsi sosial pelaku UMKM terhadap pajak.

Melalui interaksi sosial yang difasilitasi oleh pelatihan dan program edukasi, kepatuhan pajak bukan dianggap hal yang menyulitkan, tetapi sebagai komponen penting dari profesionalisme usaha yang membuka peluang dan memperkuat daya saing di pasar pengadaan barang dan jasa pemerintah. Program ini, dengan demikian, telah berperan dalam membentuk realitas sosial yang lebih mendalam tentang pentingnya perpajakan bagi keberlanjutan usaha dan pengakuan sosial dalam dunia usaha UMKM.

Conclusion

Pelatihan yang diberikan dalam program inovasi PBJ telah menunjukkan hasil yang signifikan dalam berbagai aspek perkembangan UMKM. Salah satu kontribusi utamanya adalah peningkatan kualitas produk yang memenuhi standar pengadaan instansi pemerintah, yang secara langsung meningkatkan daya tarik produk UMKM di pasar pengadaan. Selain itu, pelatihan ini memperkuat kompetensi manajerial, khususnya dalam pengelolaan tim dan komunikasi internal, sehingga mendukung produktivitas dan efisiensi operasional. Di sisi pemasaran, strategi digital seperti optimasi media sosial, SEO, dan penggunaan platform e-commerce terbukti meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar UMKM. Pendekatan ini memfasilitasi interaksi pelanggan dan mempercepat transaksi, yang berujung pada peningkatan omzet.

Pelatihan perpajakan dan pembukuan memberikan pemahaman mendalam tentang pentingnya kepatuhan pajak sebagai bagian integral dari profesionalisme usaha. Hal ini membuka peluang partisipasi UMKM dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah, sekaligus memperkuat posisi mereka di pasar. Pelatihan tentang layanan pelanggan dan Service Excellence mendorong loyalitas pelanggan, meningkatkan kepuasan, dan menciptakan budaya kerja yang produktif. Lebih jauh, difusi inovasi melalui interaksi sosial antar-UMKM menciptakan efek snowball, mempercepat adopsi praktik inovasi dan mendorong partisipasi aktif di pasar pengadaan.

Dengan pendekatan yang sesuai konteks dan sederhana, strategi yang diterapkan oleh Kanwil DJP Jakarta Pusat berhasil mengatasi keterbatasan teknis dan administratif UMKM, sekaligus membangun norma baru terkait kepatuhan pajak dan pengelolaan usaha profesional. Program ini secara keseluruhan meningkatkan daya saing, keberlanjutan, dan kredibilitas UMKM, baik di pasar pengadaan maupun dalam lanskap ekonomi yang lebih luas.

References

- Alam, M. K. (2021). A systematic qualitative case study: questions, data collection, NVivo analysis and saturation. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, 16(1), 1–31. <https://doi.org/10.1108/QROM-09-2019-1825>
- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6), 156–177. <https://doi.org/10.3390/economies>
- Anjelina, S., Frederica, D., & Iskandar, D. (2023). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dengan Sosialisasi Pajak sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 11(1), 119–130. <https://doi.org/10.17509/jrak.v11i1.45644>
- Anjelina, S., Frederica, D., Iskandar, D., Studi Akuntansi, P., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Krida Wacana, F. (2023). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dengan Sosialisasi Pajak sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 11(1). <https://doi.org/10.17509/jrak.v11i1.45644>
- Aprilia, R., & Johantri, B. (2022). PARTISIPASI PELAKU USAHA KECIL DALAM PEKERJAAN KONSTRUKSI PEMERINTAH DI KEMENTERIAN KEUANGAN. *Jurnal Manajemen Keuangan Publik*, 6(1), 50–63. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31092/jmkp.v6i1.1647>
- Asipi, L. S., Rosalina, U., & Nopiyadi, D. (2022). The Analysis of Reading Habits Using Miles and Huberman Interactive Model to Empower Students' Literacy at IPB Cirebon. *International Journal of Education and Humanities (IJEH)*, 2(3), 117–125. <https://doi.org/https://doi.org/10.58557/ijeh.v2i3.98>
- Brydon-Miller, M., Kral, M., & Aragón, A. O. (2020). Participatory Action Research: International Perspectives and Practices. *International Review of Qualitative Research*, 13(2), 103–111. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1940844720933225>
- Cornish, F., B. N., M.-T. U. (2023). Participatory action research. *Nat Rev Methods Primers*, 3(34).
- Darmawan, S. A. (2022). Penetapan HPS E-Purchasing: Tinjauan Akuntabilitas dan Mekanisme Pasar. *Jurnal Pengadaan Barang Dan Jasa (JPBJ)*, 1(2), 130–138. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.55961/jpbj.v1i2.19>
- Diani, F., & Lubis, F. A. (2022). Analisis Implementasi E-Katalog Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Medan dalam Mendukung Kemajuan Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 1970–1981. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5794>
- Dwiputra, R., & Barus, L. S. (2022). Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Pemulihan Ekonomi Masyarakat Pasca Pandemi Covid-19 di Kawasan
-

- Kampung Tangguh Pluit-Penjaringan. *Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Kota*, 18(1), 26–34. <https://doi.org/10.14710/pwk.v18i1.35033>
- Hura, A., & Molinda Kakisina, S. (2022). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 174–181. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.31>
- Iqbal, M. (2020). PENGARUH PELAKSANAAN E KATALOG DALAM PENGADAAN BARANG/JASA PEMERINTAH TERHADAP UMKM. *Jurnal USM Law Review*, 3(1), 77–97. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/julr.v3i1.2204>
- Istri Juni Astuti, C., & Ayu Putu Sri Widnyani, I. (2019). PERSEPSI PELAKU USAHA DALAM LAYANAN PENGADAAN BARANG DAN JASA SECARA ELEKTRONIK (LPSE) DI BIRO ADMINISTRASI PEMBANGUNAN SEKRETARIAT DAERAH PROVINSI BALI. *Jurnal Widya Publika*, 7(2).
- Jannatin, R., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebriyanto, A. (2020). PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM. *Jurnal Impact : Implementation and Action*, 2(2), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Kantor Staf Presiden Republik Indonesia. (2022, July 5). *KSP : UMKM harus tingkatkan kualitas dan kapasitas agar terserap belanja pemerintah*. <https://Ksp.Go.Id/Ksp-Umkm-Harus-Tingkatkan-Kualitas-Dan-Kapasitas-Agar-Terserap-Belanja-Pemerintah.Html>.
- Keahey, J. (2021). Sustainable Development and Participatory Action Research: A Systematic Review. In *Systemic Practice and Action Research* (Vol. 34, Issue 3, pp. 291–306). Springer. <https://doi.org/10.1007/s11213-020-09535-8>
- Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. (2023, November 7). *Kinerja PBJ T.A. 2023 Catatkan Tren Positif*.
- Novarini, N. A., & Dewi, K. N. (2023). PEMBERDAYAAN SDM DAN SERVICE EXCELLENT PADA UMKM DEMEN KOLEKSI. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 1162–1167.
- Nursini, N. (2020). Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) and poverty reduction: empirical evidence from Indonesia. *Development Studies Research*, 7(1), 153–166. <https://doi.org/10.1080/21665095.2020.1823238>
- Pinho, C., Franco, M., & Mendes, L. (2021). Application of innovation diffusion theory to the E-learning process: higher education context. *Education and Information Technologies*, 26(1), 421–440. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10269-2>
- Pratama, R. S. (2023). Layanan Penyelesaian Sengketa Kontrak Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LPS LKPP) sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa Kontrak

- Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. *Jurnal Pengadaan Barang/Jasa (JPBJ)*, 2(1), 1–13. <https://journal.ifpi.or.id/index.php/jpbj>
- Rakhman, A. A. (2022). Pengembangan Konsep Formulasi Dokumen Perencanaan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. *Jurnal Pengadaan Barang/Jasa (JPBJ)*, 1(1), 40–52. <https://doi.org/10.55961/jpbj.v1i1.12>
- Saleh, A., Mujahiddin, M., & Hardiyanto, S. (2023). Social construction in plastic waste management for community empowerment and regional structure. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(2), 1082–1090. <https://doi.org/10.29210/0202312133>
- Septian, E. (2022). Potensi Partisipasi Usaha Mikro dan Kecil pada Bela Pengadaan dan Sempel Kemdikbudristek dalam Rangka Pemulihan Ekonomi Nasional. *Jurnal Pengadaan Barang/Jasa (JPBJ)*, 1(1), 61–72. <https://doi.org/10.55961/jpbj.v1i1.15>
- Sofania, B. L., & Sitorus, P. M. (2023). Jurnal Mirai Management Analisis Minat Pengguna Fitur QRIS Sebagai Media Pembayaran Pajak PBB Online (FINTECH) Menggunakan Teori Difusi Inovasi (Studi Kasus Pada Wajib Pajak di Kota Bandung). *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 219–231. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/mirai.v8i1.5121>
- Syaifudin. (2021). PENELITIAN TINDAKAN KELAS (Teori dan Aplikasinya Pada Pembelajaran Bahasa Arab). *Borneo: Journal of Islamic Studies*, 1(2), 1–17. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.37567/borneo.v1i2.440>
- Tahir, A. N., Karyadi, I., & Azmi, Y. U. (2021). PENGARUH PERUBAHAN TARIF, METODE PENGHITUNGAN DAN MODERNISASI SISTEM PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM DENGAN KEADILAN PAJAK SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Analisa Akutansi Dan Perpajakan*, 5(2), 160–175. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25139/jaap.v5i2.4212>
- Utari, T. (2022). Pengembangan Search Engine Optimization (SEO) pada Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *International Journal of Demos*, 4(2), 676–685. <https://doi.org/https://doi.org/10.37950/ijd.v4i2.247>
- Vargo, S. L., Akaka, M. A., & Wieland, H. (2020). Rethinking the process of diffusion in innovation: A service-ecosystems and institutional perspective. *Journal of Business Research*, 116, 526–534. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.038>
- Yolanda, C. (2024). PERAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI INDONESIA. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>
- Yulia, Y., Wijaya, R., Sari, D., & Adawi, M. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, KESADARAN WAJIB PAJAK, TINGKAT PENDIDIKAN DAN
-

SOSIALISASI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PADA
UMKM DIKOTA PADANG. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi*,
1(4), 305–310. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
