ABSTRAK

Penelitian ini berangkat dari fenomena rendahnya pemanfaatan insentif pajak oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia selama pandemi COVID-19, meskipun pemerintah telah menyediakan berbagai fasilitas fiskal sebagai instrumen pemulihan ekonomi nasional. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara insentif pajak sebagai konstruksi kebijakan normatif negara dan realitas subjektif pelaku UMKM sebagai penerima kebijakan. Padahal, UMKM memiliki posisi strategis dalam struktur ekonomi nasional, baik dari sisi kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto maupun penyerapan tenaga kerja. Rendahnya tingkat partisipasi UMKM dalam memanfaatkan insentif pajak tidak dapat dijelaskan secara memadai melalui pendekatan rasional-ekonomi atau teknis-administratif semata. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk (1) mengungkap esensi pengalaman subjektif pelaku UMKM dalam menyikapi insentif pajak yang ditanggung pemerintah, (2) menganalisis makna insentif pajak yang dikonstruksikan UMKM beserta faktor sosial, psikologis, dan politik yang membentuknya, serta (3) menjelaskan dialektika antara kebijakan insentif sebagai konstruksi normatif dan realitas subjektif UMKM dalam keputusan pemanfaatan insentif selama masa krisis.

Penelitian ini mengadopsi paradigma interpretif dengan metode Fenomenologi Transendental Husserl sebagai lensa utama menyingkap makna esensial (*eidos*) yang terbentuk dalam kesadaran pelaku UMKM, diintegrasikan dengan *Conflict Theory* Karl Marx untuk menganalisis relasi kuasa ekonomi dan eksploitasi simbolik yang bekerja melalui bahasa serta prosedur kebijakan serta Teori *Living Law* Eugene Ehrlich untuk mengeksplorasi norma sosial informal dalam konteks kebijakan pajak. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) terhadap pelaku UMKM, dianalisis secara induktif melalui teknik kategorisasi dan pengembangan konsep berbasis grounded analysis (Strauss & Corbin), untuk membangun relasi antarkategori pengalaman UMKM. Validitas penelitian dijaga melalui uji *credibility*, *dependability*, dan *transferability*, sehingga hasil analisis tidak hanya deskriptif, tetapi memiliki kekuatan konseptual dan teoretis yang dapat dipertanggungjawabkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya pemanfaatan insentif pajak oleh UMKM merupakan manifestasi dari disfungsi komunikasi kebijakan yang bersifat struktural dan simbolik. Insentif pajak tidak dimaknai sebagai bentuk kehadiran dan dukungan negara, melainkan dipersepsikan sebagai kebijakan yang ambigu, berjarak, dan sarat risiko administratif maupun sanksi. Temuan-temuan fenomenologis mengungkap adanya ketidakhadiran simbolik negara dalam jalur sosial UMKM, yang tercermin melalui komunikasi satu arah, kompleksitas prosedural, asimetri informasi, serta rasa takut dan ketidakpercayaan terhadap otoritas pajak. Dalam perspektif teori konflik, kondisi ini merepresentasikan kegagalan pertukaran makna antara negara sebagai pemegang otoritas kebijakan dan UMKM sebagai kelompok subordinat, yang memicu respons defensif berupa ketidaklibatan dan pengabaian insentif. Dialektika ini mendorong UMKM untuk memilih ketahanan mandiri daripada bergantung pada skema insentif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas kebijakan insentif pajak tidak dapat dicapai hanya melalui desain fiskal dan kalkulasi ekonomi, melainkan menuntut rekonstruksi komunikasi kebijakan dan pendekatan *human-centered* yang mampu menjembatani makna, pengalaman, dan realitas hidup pelaku UMKM. Rekomendasi penelitian menekankan reformasi komunikasi kebijakan yang lebih partisipatif dan *human-cen*tered, serta pemanfaatan kanal digital yang responsif untuk membangun *shared meaning* antara negara dan UMKM.

Kata kunci: insentif pajak, UMKM, relasi kuasa, dialektika, *conflict theory, living law*