

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Desember 2019, dunia dilanda pandemi Corona Virus Disease (*Covid-19*) yang merupakan wabah virus dari Wuhan - China. *Covid-19* menjadi masalah baru bagi seluruh negara di dunia termasuk Indonesia. Tanggal 2 Maret 2020, Indonesia mengkonfirmasi melalui presiden Joko Widodo awal mula munculnya kasus positif corona. Kejadian ini berdampak pada ditetapkannya *Covid-19* sebagai bencana nasional melalui keputusan presiden nomor 12 tahun 2020 yang menimbulkan dampak bukan hanya pada bidang kesehatan tetapi juga pada bidang ekonomi.

Pandemi *Covid-19* mengubah perilaku konsumen dan peta kompetensi bisnis yang perlu diantisipasi oleh para pelaku usaha akibat adanya *lockdown* atau pembatasan sosial berskala besar. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai salah satu sektor penting pilar perekonomian negara juga merasakan dampak negatif dari pandemi. Untuk melakukan pemulihan ekonomi, pemerintah terus memberikan dukungan pada UMKM mulai dari menyediakan platform digital sampai menyediakan insentif sebagai dukungan UMKM.

Pemerintah Indonesia mengeluarkan paket stimulus fiskal skala besar melalui program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Pada tahun 2020, pemerintah Indonesia mengalokasikan sekitar Rp 695,2 triliun untuk mengurangi dampak negatif dari pandemi *Covid-19*. Namun karena krisis masih berlangsung, pada bulan Februari 2021 pemerintah Indonesia kembali mengumumkan alokasi anggaran senilai Rp 699,43 triliun untuk melanjutkan keberlangsungan program

PEN (Smeru et al., 2021). UMKM menjadi salah satu sektor dalam program Pemulihan Ekonomi Nasional yang disalurkan melalui beberapa program yakni pemberian subsidi bunga, penempatan dana pemerintah ke bank dan mitra guna mendukung program restrukturisasi dan peningkatan modal kerja UMKM, serta dalam bentuk bantuan tunai dan insentif PPh Final yang diungkap Menteri Koordinator Bidang Perekonomian (Sandy, 2021).

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), ada sekitar 72% dari total 60 juta UMKM di Indonesia terdampak *Covid-19*. Dampak *Covid-19* terhadap UMKM itu pun berbeda-beda mulai dari berhentinya usaha, omset berkurang drastis hingga sulit memperoleh akses permodalan. Padahal, sektor UMKM berkontribusi sebesar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Hal ini sama halnya dengan pengamatan Hafel et al., (2021) yang menemukan sebanyak 80% pelaku UMKM mengaku mengalami dampak yang merugikan dari *Covid-19* terhadap proses bisnisnya dan sebanyak 70% di antaranya mengalami penurunan penjualan yang signifikan.

UMKM yang bergerak dengan algoritma digital memiliki metode tersendiri untuk bertahan di masa pandemi. Dengan cara memanfaatkan media sosial berupa *instagram*, *facebook* dan *whatsapp* untuk memasarkan produk dengan cara membuat konten produk menjadi menarik. Media sosial merupakan sarana digital *marketing* yang paling mudah untuk digunakan sehingga dapat menstimulus perkembangan UMKM di masa pandemi. Data yang dilansir *We are Sosial*, sebuah agensi digital *marketing* Amerika menyebut ada empat besar media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia per Januari 2021 adalah *youtube* (93,8%), *whatsapp* (87,7%), *instagram* (86,6%) dan *facebook* (85,5%). Hal ini

menjadi peluang untuk UMKM mengembangkan strategi bertahan di masa pandemi.

Hasil survei dari Raharja & Natari, (2021) menemukan bahwa media sosial yang diketahui oleh UMKM di beberapa daerah di Indonesia adalah Instagram yang sering digunakan dalam memasarkan produk untuk meningkatkan minat beli dari konsumen. Hadi & Zakiah, (2021) menyatakan digital *marketing* memiliki pengaruh positif dan hasil signifikan dalam peningkatan kinerja penjualan UMKM. Digital *marketing* menjadi solusi bagi pelaku UMKM yang tepat dan tidak bertentangan dengan kebijakan di era pandemi. Strategi digital *marketing* juga bisa memenangkan persaingan pasar di masa pandemi.

Agar pelaku UMKM tetap bertahan di masa pandemi selain memanfaatkan media sosial pemerintah berupaya mencari strategi agar pelaku usaha tetap fokus menjalankan usahanya dengan tidak terbebani masalah pajak yang menjadi kewajibannya. Penelitian Budiman et al., (2020) bagi pelaku UMKM Tenun Troso Jepara menunjukkan bahwa *Covid-19* berpengaruh negatif terhadap keberlangsungan usaha, olehnya itu semakin lama pandemi *Covid-19* tidak tertangani oleh pemerintah, maka akan berdampak keberlangsungan usaha UMKM Tenun Troso Jepara semakin terancam bangkrut.

Seperti yang diketahui bahwa pajak merupakan sumber pendapatan terbesar yang selaras dengan penelitian Wijaya & Buana, (2020) menyatakan bahwa kepatuhan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajaknya terus mengalami peningkatan dimana dilihat dari pendapatan pajak dari tahun ke tahun cenderung meningkat berdasarkan data APBN dari Kementerian Keuangan tahun 2019 yang menunjukkan bahwa pajak sebagai sumber pendapatan negara terbesar dengan jumlah persentase senilai 82,5%. Hal ini membuktikan bahwa

kesadaran masyarakat dalam memenuhi kewajibannya terus meningkat sehingga pemerintah mengeluarkan insentif pajak bagi UMKM dalam memenuhi kewajibannya di masa pandemi.

Insentif pajak merupakan fasilitas yang di tawarkan pemerintah kepada sektor tertentu yang diberikan sebagai bentuk stimulasi untuk mendorong kegiatan ekonomi di bidang tertentu kearah positif (Rahawati, 2020). Insentif pajak merupakan sebuah fasilitas yang diberikan kepada investor agar tertarik untuk menanamkan modalnya disuatu negara. Dari definisi tersebut juga dapat disimpulkan bahwa insentif pajak merupakan alat yang dapat digunakan oleh pemerintah untuk mempengaruhi perilaku investor dalam menentukan kegiatan bisnis (Faradisty & Sisniarti, 2020). Sari, (2018) menilai Kebijakan insentif PPh bagi pelaku UMKM merupakan salah satu fasilitas fiskal yang diberikan oleh pemerintah kepada pelaku UMKM untuk mendorong potensi/aktivitas sektor UMKM namun juga akan mengurangi potensi penerimaan pajak pada jangka pendek.

Dalam kebijakan insentif, wajib pajak UMKM mendapatkan insentif berupa PPh final UMKM Ditanggung Pemerintah (DTP) yang di atur dalam Peraturan Menteri Keuangan PMK-9/PMK.03/2021 sesuai dengan UMKM dikenakan PPh final yang diatur dalam PP Nomor 23 tahun 2018. Dengan adanya ini pelaku UMKM dapat menjalankan kembali usahanya di masa pandemi. Seperti halnya yang di temukan Faradisty & Sisniarti, (2020) bahwa UKM *fashion* dalam memanfaatkan fasilitas insentif pajak dirasa mampu dalam menyelamatkan kegiatan bisnisnya karena mengurangi beban kewajiban sebagai Wajib Pajak. Sama halnya yang di teliti Budiman et al., (2020) menemukan bahwa insentif pajak berpengaruh positif terhadap keberlangsungan usaha dimana insentif pajak PPh

Final UMKM di DTP yang diperpanjang Deseber 2020 ternyata berdampak besar terhadap keberlangsungan usaha UMKM dikarenakan UMKM tidak perlu melakukan setoran pajak, serta pemotong atau pemungut pajak tidak melakukan pemotongan atau pemungutan pajak saat melakukan pembayaran kepada UMKM.

Namun kebijakan pemerintah berupa insentif pajak harus di dampingi dengan adanya sosialisasi edukasi mengenai insentif pajak bagi UMKM dikarenakan banyaknya UMKM yang belum mengerti mengenai insentif pajak karena kurangnya informasi. Fakta ini dikuatkan oleh penelitian Mudiarti & Mulyani, (2020) yang menyatakan bahwa pemahaman mengenai PMK NO.86 Tahun 2020 mengenai insentif pajak memengaruhi Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Fakta ini sekaligus menegaskan minimnya peran pemerintah dalam sosialisasi insentif pajak sehingga berdampak pada banyak UMKM yang belum mengerti dengan benar tentang Insentif pajak sehingga berpengaruh pada kepatuhan pajak pada UMKM. Menurut Direktur Penyuluhan, Pelayanan, dan Hubungan Masyarakat Direktorat Jenderal Pajak, Hestu Yoga menyatakan kebijakan insentif pajak bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM diberlakukan namun, sebagian UMKM ternyata memang tidak ingin memanfaatkan insentif tersebut. Sehingga UMKM lebih mengandalkan strategi baru untuk bertahan dengan tidak menggunakan insentif pajak yang dikeluarkan oleh pemerintah (Hendartyo & Tri, 2020). Seperti halnya penemuan Resmi & Barmawi, (2022) bahwa UMKM yang memanfaatkan insentif PPh UMKM DTP baru mencapai Rp300 milyar dari total anggaran Rp2,4 triliun atau sebesar 12,5% dari pagu anggaran, rendahnya fasilitas tersebut dimungkinkan karena ketidakpedulian UMKM dan tidak mengetahui informasi terkait dengan insentif pajak. Hal tersebut

menggambarkan bahwa masih sedikit antusias UMKM dan sedikit pelaku UMKM yang berhasil memanfaatkan insentif pajak. Berdasarkan fenomena di atas membuat peneliti tertarik meneliti tentang perspektif pelaku UMKM di Kota Ternate mengenai pemanfaatan insentif pajak di masa pandemi.

Kota Ternate yang berada di Provinsi Maluku Utara menjadi salah satu daerah yang terkena dampak *Covid-19* sehingga para pelaku UMKM di Kota merasakan kesulitan dalam berwirausaha. Turunnya daya beli masyarakat membuat banyak produk UMKM dari berbagai sektor terutama sektor kuliner, *fashion* dan industri mengalami kesulitan dan berakibat pada kerugian. Akan tetapi beberapa UMKM yang bergerak dengan algoritma digital dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran dapat meningkatkan pemasukan dan membuat UMKM bertahan di masa pandemi. Hal ini selaras dengan penelitian Faradisty & Sisniarti, (2020) yang menemukan banyak UMKM dengan memanfaatkan media promosi melalui media sosial dan juga promo unik untuk menarik minat pelanggan. Seperti hanya yang dilakukan Ara *Beauty* Ternate UMKM bidang kosmetik yang memanfaatkan Instagram di masa pandemi.

Disamping memanfaatkan media digital di masa pandemi, UMKM tidak luput dari kewajibannya dalam perpajakan. Dilansir dari halmehara post Fauzan, (2021) KPP Pratama Ternate pada tahun 2020 mendapat apresiasi dari Menteri Keuangan atas pencapaian dalam memenuhi target Kepatuhan Penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT) sebanyak 47.037 SPT atau sebesar 112% dari target 42.016 SPT atau sebesar 100%. Hal ini menunjukkan Kota Ternate mempunyai peningkatan terhadap kepatuhan wajib pajak. Olehnya pemerintah berusaha memperhatikan kepatuhan wajib pajak di masa pandemi dengan memanfaatkan insentif pajak terkhususnya bagi UMKM.

Faradisty & Sisniarti, (2020) menyatakan pemanfaatan insentif pajak dirasa mampu mengurangi beban UMKM bagi yang memanfaatkannya, namun kurangnya informasi membuat beberapa UMKM tidak memanfaatkan fasilitas ini. Sebagaimana terungkap dari wawancara sederhana peneliti dengan salah satu pelaku UMKM di Kota Ternate mengenai insentif pajak yang menjelaskan bahwa:

“Sebelum pandemi saya sering bayar pajak tapi saya pribadi tidak mengetahui apa itu insentif pajak dan saya tidak tahu kalau ada kebijakan insentif pajak dari pemerintah”

Dari wawancara yang peneliti lakukan, peneliti menemukan beberapa masalah mengenai penerapan insentif pajak bagi UMKM yaitu kurangnya informasi mengenai insentif pajak yang mungkin disebabkan oleh minimnya pengetahuan dan informasi serta akses terhadap media digital pun diduga terbatas pada masa pandemi di Kota Ternate. Mengingat di masa pandemi Kota ternate mengalami *lockdown* yang menyebabkan seluruh masyarakat terkhusus pelaku UMKM membatasi seluruh kegiatan yang berada di luar rumah. Seperti riset yang dilakukan Rahmawati & Apriliasari, (2021) menemukan banyak Wajib Pajak PP 23/2018 yang kurang proaktif dalam mencari tahu mengenai kebijakan pemerintah terkini.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian yang diteliti peneliti lebih melihat kepada perspektif UMKM mengenai pemanfaatan insentif pajak bagi pelaku UMKM di masa pandemi karena peneliti meyakini bahwa UMKM memiliki pandangan tersendiri mengenai pemanfaatan insentif pajak dan mengkaji secara langsung pemanfaatan insentif pajak bagi UMKM.

Dengan alasan dan fakta-fakta dalam latar belakang pada fenomena *Covid-19* yang berdampak pada UMKM dengan didukung oleh penelitian terdahulu, peneliti tertarik meneliti mengenai **Pemanfaatan insentif pajak di**

masa pandemi *Covid-19* (studi kasus pelaku UMKM onlineshop di media sosial kota ternate).

1.2. Motivasi Penelitian

Motivasi dalam penelitian ini adalah para UMKM di Kota Ternate belum memanfaatkan insentif pajak untuk bertahan di masa pandemi *Covid-19* sehingga peneliti termotivasi untuk menguji dan mengungkap mengenai pemanfaatan insentif pajak di masa pandemi bagi UMKM.

1.3. Fokus penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas dengan berbagai macam pembahasan maka peneliti merumuskan fokus penelitian ini adalah bagaimana perspektif UMKM dalam pemanfaatan insentif pajak PPh Final DTP pada masa pandemi di KotaTernate?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pemanfaatan insentif pajak UMKM di Kota Ternate dalam masa pandemi *Covid-19*.

1.5. Kontribusi Penelitian

Adapun kontribusi penelitian yang diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis adalah sebagai berikut:

a. Kontribusi teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan konsep dan teori dalam menyusun strategi peningkatan ekonomi UMKM pada masa pandemi dan untuk mempertahankan penerimaan pendapatan negara pada sektor pajak.

b. Kontribusi praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dan informasi untuk menguji kebijakan insentif pajak khususnya kepada pelaku UMKM di Kota Ternate yang terdampak pandemi.