

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada akhir tahun 2019, dunia dikejutkan dengan adanya virus baru yang muncul di daerah wuhan-cina, virus dikenal dengan sebutan corona virus disease 2019 atau yang lebih dikenal dengan sebutan covid-19. Yang mana Indonesia pada maret 2020 akhirnya ikut terdampak dan ditetapkan sebagai zona merah yang berujung pada status pandemi. Pandemi covid-19 merupakan masalah besar yang sedang dihadapi oleh semua negara termasuk Indonesia. keadaan ini tidak hanya berdampak dibidang kesehatan namun juga dibidang sosial ekonomi. Pandemi covid-19 mulai masuk ke Indonesia pada awal tahun 2020, rencana anggaran pendapatan dan belanja negara (RAPBN) yang sudah dibuat pada tahun sebelumnya tidak bisa terealisasi sesuai rencana.

Pandemi covid-19 membuat tatanan hidup menjadi berubah yang disebut era new normal. New normal adalah paradigm hidup baru, dimana manusia harus berdamai dan hidup berdampingan dengan covid-19, yaitu hidup sesuai dengan protocol kesehatan, seperti pola hidup sehat dan bersih serta menggunakan masker selama vaksin belum ditemukan. New normal untuk bidang ekonomi

bertujuan untuk memulihkan aktivitas masyarakat, salah satunya memperbaiki pendapatan yang sementara hilang.

Menurut kemenkop UKM (dalam journal aknolt) ada sekitar 37.000 UKM yang memberikan laporan bahwa mereka terdampak sangat serius dengan adanya pandemi ini ditandai dengan: sekitar 56 persen melaporkan terjadi penurunan penjualan, 22 persen melaporkan permasalahan pada aspek pembiayaan, 15 persen melaporkan pada masalah distribusi barang, dan 4 persen melaporkan kesulitan mendapatkan bahan baku mentah. Banyak pelaku usaha yang tutup dikarenakan ekonomi masyarakat yang sangat turun. Ekonomi masyarakat turun disebabkan terhambatnya proses produksi dan distribusi. Banyaknya pelaku usaha yang menutup usahanya yang membuat banyak masyarakat yang kehilangan mata pencaharian, sehingga siklus jual beli menjadi menurun dan pendapatan perkapita juga turun (Faradisty & Sisniarti, 2020).

Di era new normal ini untuk menghindari terjadinya ekonomi terpuruk karena kegiatan ekonomi terhambat maka sebagian besar pelaku UKM mengalihkan kegiatan jual beli dan distribusinya yang awalnya secara langsung menjadi melalui daring. Kegiatan UKM melalui daring akan meminimalisir terjadinya ekonomi yang menurun. Dampak finansial bagi pelaku usaha yang omsetnya menurun juga akan berpengaruh dengan penurunan kontribusi pajak

sehingga tentunya target penerimaan negara dari kontribusi pajak akan mengalami penurunan realisasi pajaknya, hal tersebut akan menimbulkan suatu masalah mengenai realisasi pajak ditahun masa pandemi untuk penetapan mata anggaran di tahun berikutnya, sehingga anggaran penerimaan negara yang disusun di awal tahun bersumber dari pajak menjadi turun.

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara yang terbesar. Pada APBN 2019 Pajak berkontribusi terhadap penerimaan negara sebesar 82,5% dari total pendapatan negara namun, tingkat kesadaran masyarakat dalam membayar pajak masih jauh dari harapan. Apabila dibandingkan dengan aktivitas perekonomiannya, Indonesia belum mampu menghimpun penerimaan pajak dalam jumlah yang ideal. Hal ini dapat dilihat dari rendahnya tax ratio Indonesia. Pada 2018, tax ratio Indonesia hanya mencapai 11,5 persen. Artinya, porsi pajak yang berhasil dikumpulkan negara hanya sekitar 11 persen dari total aktivitas perekonomian Indonesia. Jika di tahun 2018 dan 2019 pajak merupakan sumber penerimaan terbesar dan tingkat kesadaran masyarakat dalam membayar pajak masih rendah apalagi di tahun 2020 yang sedang dilanda pandemi covid-19 (Faradisty & Sisniarti, 2020).

Dengan adanya keadaan ini, pemerintah berupaya mencari strategi agar penerimaan negara yang bersumber dari pajak tetap berjalan. Kebijakan pemerintah dalam penegakkan hukum

perpajakan akibat pandemi dilonggarkan dengan terbitnya insentif pajak berdasarkan PMK 23 tahun 2020 dan PMK 86 tahun 2020. Kebijakan ini ditetapkan oleh pemerintah bertujuan agar pelaku usaha tetap dapat fokus menjalankan usahanya dengan tidak terbebani masalah pajak yang menjadi kewajibannya.

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. Adanya kebijakan baru berupa insentif pajak diharapkan dapat meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak, namun keadaan era new normal membuat pemerintah harus membatasi jam pelayanan pajak dan jam operasional perusahaan. Pembatasan jam layanan pajak dan jam operasional perusahaan akan berpengaruh dengan pembayaran pajak dan kegiatan pelaku UKM, sehingga pembayaran pajak dan kegiatan jual beli beralih melalui daring, agar dapat mengurangi dan mengendalikan resiko terpapar covid-19. Namun tidak semua wajib pajak dan pelaku UKM dapat menggunakannya melalui daring. Hal itu dapat terjadi karena beberapa faktor salah satunya adalah karena wajib pajak dan pelaku UKM tidak mengetahui cara menggunakan dan mengoperasikannya secara daring.

Strategi pemerintah dalam perpajakan melalui kebijakan berupa insentif pajak harus diiringi dengan sosialisasi edukasi tentang perpajakan yang baik. Dalam melakukan sosialisasi peran pemerintah, SDM dan organisasi sangat penting untuk dapat mensosialisasikan tentang insentif pajak agar wajib pajak dapat mengetahui tentang insentif pajak, sehingga dapat digunakan untuk membantu meringankan kewajiban wajib pajak terhadap pembayaran pajak. Selain itu, mensosialisasikan penggunaan teknologi informasi juga sangat dibutuhkan, agar pelayanan pajak dan kegiatan UKM dapat berjalan dengan baik walaupun melalui daring.

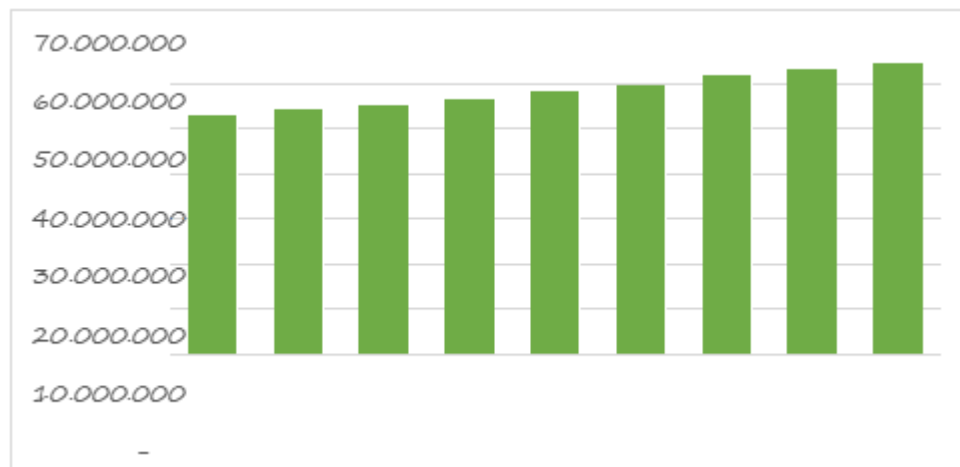
Tingkat kepatuhan membayar pajak saat era new normal ini berdasarkan adanya kemampuan wajib pajak di bidang teknologi untuk membayar dan melaporkan pajak secara daring dan adanya pengetahuan wajib pajak tentang kebijakan pemerintah berupa insentif pajak, sehingga dapat dimanfaatkan untuk mendorong pelaku usaha memperbaiki finansial usahanya di masa pandemi ini selain itu juga dapat membantu pemerintah dalam mendorong percepatan pemulihan ekonomi nasional.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Dan usaha yang berdiri sendiri. Untuk selanjutnya dalam tulisan ini, UKM akan dipersamakan dengan

UMKM.

Indonesia yang didominasi oleh Usaha Mikro, kecil, dan Menengah (UMKM) perlu memberikan perhatian khusus terhadap sektor ini karena kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional yang cukup besar (Pakpahan, 2020). Setidaknya terdapat tiga peran UKM yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat kecil yakni sarana mengentaskan masyarakat dari jurang kemiskinan, sarana untuk meratakan tingkat perekonomian rakyat kecil, memberikan devisa bagi negara (Prasetyo & Huda, 2019).

Pada tahun 2018 terdapat 64.194.057 UMKM yang ada di Indonesia (atau sekitar 99 persen dari total unit usaha) dan sektor UMKM juga telah mempekerjakan 116.978.631 tenaga kerja atau sekitar 97 persen dari total tenaga kerja di sektor ekonomi (Kemenkop-UKM, 2018). Pada tahun 2018, UMKM menyumbang PDB atas dasar harga berlaku sebesar 61,07% secara nasional (Kemenkop-UKM, 2018). Grafik 1 menyajikan perkembangan UMKM di Indonesia sejak tahun 2010 sampai dengan 2018. UMKM di Indonesia mengalami kenaikan dari tahun ke tahun (Databoks, 2020).



**Gambar 1.1 Perkembangan UMKM di Indonesia Tahun 2010-2018**

Indonesia adalah salah satu negara yang terdampak terutama pada sisi ekonomi (Pakpahan, 2020). Pandemi Covid-2019 membawa berbagai dampak pada perekonomian seperti terjadi kesusahan dalam mencari lapangan pekerjaan, susah untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, tidak mempunyai penghasilan dalam memenuhi kebutuhan untuk sehari-hari dan juga banyak kesusahan yang di terima dari semua sektor perekonomian dalam semua bidang juga merasakan dampak dari Covid-19 (Hanoatubun, 2020).

Sampai dengan 17 April 2020, sebanyak 37.000 pelaku UMKM melaporkan diri kepada Kementerian Koperasi dan UKM terdampak pandemi COVID-19 (Sugiri, 2020). Menurut rilis data tersebut, kesulitan yang dialami oleh UMKM selama pandemi itu terbagi dalam empat masalah. Pertama, terdapat penurunan penjualan karena berkurangnya aktifitas masyarakat di luar luar sebagai

konsumen. Kedua, kesulitan permodalan karena perputaran modal yang sulit sehubungan tingkat penjualan yang menurun. Ketiga, adanya hambatan distribusi produk karena adanya pembatasan pergerakan penyaluran produk di wilayah-wilayah tertentu. Keempat, adanya kesulitan bahan baku karena sebagai UMKM menggantungkan ketersediaan bahan baku dari sektor industri lain. Tabel 2 memperlihatkan bahwa dari keempat persoalan tersebut, dampak penurunan penjualan menjadi persoalan terbesar yang dirasakan oleh pelaku UMKM. Dampak pandemi terhadap UKM diyakini dapat lebih besar, karena tingginya tingkat kerentanan dan minimnya ketahanan akibat keterbatasan sumber daya manusia, supplier, dan opsi dalam merombak model bisnis (Sugiri, 2020).

**Tabel 1.1 Tabel Dampak COVID-19 ke UMKM**

<b>Dampak</b>	<b>Persentase (%)</b>
Penurunan Penjualan	56,0
Kesulitan Permodalan	22,0
Hambatan distribusi produk	15,0
Kesulitan bahan baku	4,0

Sumber: Setiawan (2020b) dan Kemenkop-UKM (2020)

Beberapa literatur dalam digunakan untuk menelusuri berbagai arah dan kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam melindungi UMKM dari dampak pandemi COVID-19. Pemerintah Indonesia perlu melakukan berbagai upaya untuk membantu ekonomi masyarakat melalui berbagai kebijakan. Keberhasilan



kebijakan pemerintah tersebut, sangat tergantung dengan dukungan komponen pelaku usaha di masyarakat. Masyarakat dan pemerintah harus bersama-sama melindungi perekonomian dari dampak Covid-19 (Hanoatubun, 2020).

Kebangkitan UMKM pasca COVID-19 sangat membutuhkan dukungan dan semua pemangku kepentingan. Sebagai contoh, untuk sektor pariwisata mitraperjalanan bisnis, agen perjalanan, perhotelan, lembaga pendidikan, lembaga keuangan, komunitas lokal, asuransi dan dari kerjasama dengan industri sejenis (Sugiri, 2020). (Sugiri, 2020) merekomendasikan bahwa kebijakan revitalisasi UMKM dilakukan dengan meningkatkan sinergi antar program dan antar lembaga pemerintah, memperbanyak ragam upaya promosi secara modern produk UMKM ke pasar domestik dan ekspor, pemberlakuan kebijakan kredit dengan suku bunga yang rendah dan proses sederhana, serta mendorong peningkatan sarana pendukung UMKM dan kreativitas UMKM agar berdaya saing tinggi.

Adapun faktor yang menyebabkan para pelaku umkm akibat wabah covid-19 yaitu Banyak dari mereka yang terpaksa harus gulung tikar lantaran tidak adanya pemasukan untuk memenuhi kebutuhannya alias pemasukannya yang merosot selama pandemi. Peneliti Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi Bisnis (FEB) UI

Alfindra Primaldhi membeberkan ada beberapa faktor lain yang membuat para pelaku UMKM kesulitan mendapatkan pemasukan.

"Pertama disebabkan adanya beberapa kesulitan-kesulitan selama proses produksi. Seperti harga bahan baku yang meningkat, bahan baku yang tidak tersedia, pengiriman bahan baku yang lama, proses produksi yang menjadi lama dan banyaknya karyawan yang lebih memilih untuk pulang kampung," ada sebanyak 60 persen pelaku UMKM yang mengaku bahwa naiknya harga bahan baku menjadi faktor utamanya. Lalu ada 18 persen pelaku UMKM yang mengaku bahwa bahan baku tidak tersedia sama sekali."Kalaupun bahan baku ada, proses untuk mendapatkannya yang lama, ada sebanyak 12 persen yang mengaku bahwa mereka lama mendapatkan bahan baku. Lalu ada 10 persen yang mengaku kalau proses produksi tmenjadi lama dan 10 persen lagi yang mengaku bahwa karyawannya lebih memilih untuk pulang kampung,"

Lalu faktor yang kedua, adalah banyaknya para pelaku UMKM yang mengalami kesulitan penjualan selama pandemi.Faktor pendukung yang membuat para pelaku UMKM kesulitan menjual produknya, disebutkan dia, adalah jumlah pelanggan yang berkurang, kesulitan dalam mendapatkan modal usaha,ketidakpastian PSBB berakhir, tidak bisa menerima pelanggan di tempat,pembatasan jam operasional dan masih banyak lainnya.Kalau dipersentasekan ada sebanyak 73 persen yang

mengeluh karena pelanggan berkurang, ada sebanyak 46 persen yang mengeluh karena kesulitan dalam mendapatkan modal usaha. Kemudian ada sebanyak 40 persen yang mengeluh karena tidak bisa menerima pelanggan di tempat. "PSBB membuat banyak outlet yang jam operasionalnya dikurangi, apalagi semenjak masyarakat disuruh di rumah aja mereka lebih banyak memilih untuk mengurangi aktivitas di luar sehingga para UMKM ini mau enggak mau harus bergantung pada penjualannya secara online,"

Faktor-faktor yang timbul akibat pandemi covid-19 menurut (Savitri et al., 2020), Ada beberapa dampak yang timbul dari pandemi Covid 19 ini antara lain Pertama, adanya penurunan penjualan sehingga modal menurun. Salah satu dampak yang terasa terhadap UMKM adalah penurunan penjualan, dimana sebagian UMKM masih mengeluarkan biaya tetap seperti sewa gedung, toko dan lainnya. Biaya itu masih tetap berlanjut meskipun pemasukan berkurang drastis. Hal ini tentunya menjadi problem bagi UMKM yang notabene-nya memiliki omzet kecil.

Kedua, adanya hambatan distribusi produk karena adanya pembatasan pergerakan penyaluran produk di wilayah-wilayah tertentu. Pada awal masa pandemi UMKM yang menggunakan jasa ekspedisi untuk mengirimkan barangnya tentu sangatlah terpuak. Hal tersebut dikarenakan susahny bahkan penundaan oleh jasa ekspedisi dalam mendistribusikan pengiriman. Hal ini berarti

bahwa UMKM sangat terganggu dan berimbas banyak karena adanya pandemi ini.

Ketiga, adanya kesulitan bahan baku karena sebagai UMKM menggantungkan ketersediaan bahan baku dari sektor industri lain. Banyaknya pabrik-pabrik penyedia bahan baku yang menghentikan sementara aktivitas operasi juga berdampak pada UMKM yang bergantung atas bahan baku dari industri tersebut. Hal ini menyebabkan terhambatnya proses pembuatan sehingga produksi tidak tercapai.

Dalam dunia bisnis, pandemi covid-19 harus diprhatikan karena kondisi ini pun berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam berkegiatan. Pembisnis perlu memperhatikan adanya perubahan perekonomian secara umum, sikap pemerintah dalam menangani pandemi covid-19 ini agar tidak menular ke banyak orang, serta adanya pergeseran perilaku konsumen melihat kondisi tersebut. Oleh sebab itu pemerintah memutuskan untuk menyelamatkan Negara dengan memberlakukan tatanan kehidupan baru atau disebut dengan "*era new normal*".

Beberapa penelitian terdahulu terdapat beberapa perbedaan hasil penelitian:

(Sugiri, 2020) menyatakan bahwa keberhasilan kebijakan penyelamatan UMKM dari dampak pandemi covid-19 perlu didukung strategi jangka pendek dan jangka panjang. Strategi

jangka pendek yaitu memberi dorongan layanan digital terhadap para pelaku UMKM, sedangkan strategi jangka panjang yaitu berkaitan dengan rencana peta jalan pengembangan UMKM, membangun teknologi digital dengan platform dalam proses bisnis UMKM, dan pengembangan modal bisnis UMKM modern. Secara tidak langsung para digital dalam bisnis UMKM sangat dibutuhkan dimasa pandemi ini.

Selanjutnya menurut Faradisty & Sisniarti(2020), Pemerintah berupaya mencari strategi agar penerimaan negara yang bersumber dari pajak tetap berjalan. Kebijakan pemerintah dalam penegakkan hukum perpajakan akibat pandemi dilonggarkan dengan terbitnya insentif pajak berdasarkan PMK 23 tahun 2020 dan PMK 86 tahun 2020. Kebijakan ini ditetapkan oleh pemerintah bertujuan agar pelaku usaha tetap dapat fokus menjalankan usahanya dengan tidak terbebani masalah pajak yang menjadi kewajibannya.

Fitriyani et al. (2020) melakukan studi penelitian strategi manajemen bisnis pasca COVID-19. Hasil penelitian tersebut adalah para UMKM melakukan pengembangan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai target penjualan maupun produktivitas yang lebih baik. Perencanaan dan pengembangan produk usaha dengan harga yang terjangkau harus menarik minat konsumen. Penentuan saluran distribusi produk yang tepat sebagai sarana mengungguli pesaing. Melalui peningkatan teknologi dan didorong karena

adanya pembatasan sosial maka para UMKM mampu memperkuat pada bidang pemasaran, melalui penyebaran media-media digital yang mampu menjangkau konsumen tanpa harus bertemu seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp serta menampilkan video unik dan menarik bagi pelanggan.

Selain melakukan penguatan terhadap bidang pemasaran para pelaku UMKM harus memperkuat di bidang manajemen sumber daya manusia, dalam hal ini para pelaku usaha diwajibkan untuk mampu beradaptasi pada kondisi seperti ini, salah satunya dengan mempelajari tentang pemanfaatan teknologi yang ada sekarang, memudahkan para UMKM untuk membuat diversifikasi produk dengan teknologi dan meningkatkan kualitas layanan produk terhadap konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti mengangkat tema “Strategi Bisnis dan Pemanfaatan kebijakan pajak di masa pandemi covid-19 dan era new normal (studi kasus pelaku ukm marketplace)” untuk mengetahui tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak dengan memanfaatkan insentif pajak yang diberikan pemerintah ketika pandemi covid dalam studi kasus bagi pelaku UKM marketplace.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah yang ada, sebagai berikut:

1. Masih kurangnya strategi bisnis yang dilakukan oleh pelaku UKM marketplace.
2. Masih belum optimalnya intensif pajak yang dilakukan oleh pelaku UKM marketplace.
3. Masih banyaknya dampak akibat pandemi covid-19 bagi para pelaku UKM marketplace.
4. Masih rendahnya layanan terhadap konsumen.
5. Para pelaku UKM marketplace masih kurang dalam bersaing dengan inovasi pemasaran produk.
6. Komunikasi antara penjual dan pembeli yang tidak mudah dimengerti.
7. Tampilan produk yang dijalankan para pelaku UKM yang belum menarik.
8. Informasi mengenai produk yang belum meluas.

## **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dalam skripsi ini, agar tercapai sasaran dan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan maka di dalam penulisan skripsi ini, penulis berfokus pada permasalahan strategi bisnis dan pemanfaatan

kebijakan pajak dimasa pandemic covid-19 dan era new normal (studi kasus pelaku ukm marketplease).

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah strategi bisnis berpengaruh terhadap pandemi covid-19 dan era new normal?
2. Apakah intensif pajak berpengaruh terhadap pandemi covid-19 dan era new normal?
3. Apakah strategi bisnis, intensif pajak berpengaruh terhadap UKM pada masa pandemi covid-19 dan era new normal?

#### **1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh strategi bisnis terhadap pandemi covid-19 dan era new normal.
2. Pengaruh intensif pajak terhadap pandemi covid-19 dan era new normal.
3. Apakah strategi bisnis, intensif pajak berpengaruh terhadap UKM pada masa pandemi covid-19 dan era new normal.

##### **1.5.2 Manfaat Penelitian**



Sesuai dengan permasalahan penelitian tersebut, maka dapat diperoleh manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam ilmu pengetahuan dan informasi, serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian lebih lanjut dimasa yang akan datang.

2. Bagi pemerintah

Memberikan sumbangan pemikiran untuk mengevaluasi kebijakan mengenai masalah perpajakan secara umum dan juga mengenai ketertiban wajib pajak dalam membayar pajak.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan kajian, bahan acuan serta informasi untuk mengembangkan penelitian yang serupa serta penambah wawasan dan ilmu pengetahuan