

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah kegiatan di bidang usaha yang memberikan dampak besar terhadap pergerakan ekonomi nasional. Saat tahun 2018, Kementerian Koperasi dan UMKM menunjukkan data 64.194.057 UMKM yang terdapat di Indonesia serta memberikan lapangan kerja bagi 116.978.631 tenaga kerja. Pada tahun 2019, jumlah UMKM meningkat menjadi 64.758.256.

Hal ini memberikan bukti bahwa UMKM telah mendominasi perekonomian di Indonesia dan menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Dalam kontribusinya pada Produk Domestik Bruto (PDB) UMKM menyumbang angka sebesar 56,7% dan akan bertumbuh secara terus menerus untuk tahun-tahun selanjutnya.

COVID-19 melumpuhkan ekonomi Negara Indonesia, khususnya pada sektor UMKM yang memberikan lebih dari 60 persen Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia. Sektor UMKM mengalami dampak yang cukup besar dikarenakan

terdapat penurunan jumlah pembeli serta frekuensi belanja pada masyarakat menjadi berubah. Selain itu, berdasarkan survei Asian Development Bank (ADB) UMKM mengalami penutupan sementara sebanyak 48,6 persen. Perihal ini diutarakan oleh Staf Ahli Menteri Keuangan Bidang Makro Ekonomi dan Keuangan Internasional pada acara BMT Summit 2020. Dampak lain yang disebabkan oleh COVID-19 terhadap UMKM adalah turunnya permintaan *in line* dan semakin banyaknya pemutusan hubungan kerja (PHK) sehingga pendapatan masyarakat menjadi menurun (Habibah, 2020).

Laporan dari *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD), menyatakan bahwa pandemi COVID-19 mempengaruhi perekonomian dari sisi permintaan serta sisi penawaran. Hal ini dijelaskan bahwa dari sisi permintaan, kepercayaan konsumen terhadap suatu produk menjadi menurun dan menyebabkan kurangnya permintaan. Pada sisi penawaran, perusahaan-perusahaan mengurangi *stock* bahan baku mereka, tenaga kerja menjadi tidak sehat dan rantai pasokan yang terkena hambatan. OECD mengemukakan bahwa UMKM terkena dampak yang signifikan akibat COVID-19 ini. Hal ini dikarenakan UMKM berhubungan langsung dengan berbagai sektor, yaitu pariwisata, industri kuliner, serta transportasi yang sangat rentan terdampak gangguan bisnis karena memerlukan *supplier* yang cepat (OECD, 2020).

Keberlangsungan usaha menjadi terdampak cukup signifikan akibat pandemi virus COVID-19. Banyak perusahaan maupun para pelaku UMKM yang akhirnya harus menghentikan usahanya karena harus gulung tikar dan menghentikan para

pegawainya. Tidak hanya itu, kesehatan arus kas para pelaku usaha juga menjadi terganggu karena melemahnya sisi permintaan dan sisi penawaran.

Pemerintah melakukan berbagai cara untuk memulihkan ekonomi para pelaku UMKM agar tetap dapat bertahan ditengah pandemi COVID-19. Sebuah atensi dengan program Pemulihan ekonomi Nasional (PEN). Dari total Rp695,2 triliun rupiah biaya yang telah didistribusikan pemerintah guna penanganan COVID-19 pada tahun 2020, UMKM telah menerima pengalokasian sebesar Rp123,46 triliun secara khusus sebagai upaya pemerintah mendukung sektor UMKM pada program PEN ini. Lalu, para kementerian juga turut serta dalam mengatasi persoalan UMKM. Selain Kementerian Koperasi dan UMKM, beberapa kementerian juga mempunyai program yang dikhususkan untuk penanganan UMKM, yaitu diantaranya Kementerian Sosial, Kementerian Pertanian, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementerian Pekerjaan Umum, dan Perumahan Rakyat serta Kementerian Perindustrian (Gitiyarko, 2020).

Selain dukungan pemerintah yang dilakukan melalui program PEN, pemerintah juga memberikan insentif COVID-19 dalam bidang kemudahan perpajakan. Hal ini sangat membantu para pelaku UMKM agar memulai lagi usaha mereka yang mungkin akan tutup agar tetap mempertahankan keberlangsungan usaha UMKM mereka. Kebijakan insentif pajak ini terdapat pada Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 86 Tahun 2020. Aturan ini merupakan aturan terbaru yang telah direvisi dari PMK sebelumnya, yakni PMK No. 44 Tahun 2020 mengenai insentif pajak UMKM yang terdampak pandemi COVID-19. Ada lima kebijakan insentif pajak yang diberikan, yaitu insentif PPh Pasal 21, PPh Pasal 22 impor,

angsuran PPh Pasal 25, pajak UMKM dan PPN. Lalu, beberapa insentif yang dibagikan oleh pemerintah adalah penangguhan pembayaran pajak dan pemberian subsidi bunga kepada pinjaman UMKM hingga 500 juta rupiah sebanyak 6% selama 3 bulan serta 3% selama 3 bulan (Rina, 2020).

Pemerintah sudah melakukan berbagai cara untuk menolong para pelaku usaha UMKM khususnya agar dapat bertahan di masa pandemi COVID-19 ini. Namun sepanjang tahun 2020, realisasi dari pemanfaatan bantuan-bantuan dari pemerintah ini masih kurang dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM, disamping itu, masih banyak pula UMKM yang masih belum paham akan kebijakan baru ini karena kurangnya sosialisasi.

Selain dari sisi pajak, strategi pemasaran pun menjadi penting bagi UMKM. Strategi pemasaran ialah sebuah alat fundamental yang memuat sebuah rencana sebuah perusahaan ataupun organisasi buat meraih tujuan serta mengembangkan keunggulannya dalam bersaing secara berkesinambungan. Menurut Tull & Kahle (1990) dalam Tjiptono & Fandy (2004), dalam menghadapi era globalisasi dan liberalisasi, strategi pemasaran menjadi penting untuk meningkatkan daya saing sebuah organisasi atau perusahaan. Pemerintah berharap UMKM dapat mengembangkan usahanya secara maksimal, salah satunya dengan memanfaatkan pentingnya konten digital sebagai salah satu strategi pemasaran di masa pandemi ini. Salah satu jalan terbaik bagi para pelaku UMKM supaya bisa terus mempertahankan bisnisnya adalah dengan memanfaatkan fasilitas internet dan *social media*. Hal ini memudahkan para pelaku UMKM dalam menjangkau konsumennya secara langsung dan terus melanjutkan promosinya di masa pandemi.

Pelaksanaan pemasaran yang dilakukan di internet ini dinamakan *digital marketing*. Di masa pandemi ini, para pelaku UMKM dapat memasarkan produk mereka dengan cara berbeda. Secara khusus, para pelaku UMKM dapat memasarkan melalui *e-commerce* yang tersedia. *E-commerce* yang dimaksud ialah dapat melalui *shopee*, tokopedia, bukalapak, dan *platform* penjualan dan/atau non penjualan lainnya tanpa adanya batasan jarak atau waktu karena dapat dilakukan kapan saja dan fleksibel bagi siapapun.

Pada sisi digitalisasi, masalah yang terjadi pada UMKM adalah masih kurangnya pemahaman mereka dalam melaksanakan penerapan yang optimal. Hal ini mengakibatkan pengelolaan sistem produksi yang tidak terkoordinasi dengan baik akibat adanya permintaan yang fluktuatif dari konsumen. Para pelaku UMKM juga perlu memperhatikan inovasi dari produk mereka agar dapat bersaing dengan *brand* besar yang juga menggunakan fasilitas *e-commerce*. Pemerintah akhirnya harus mengambil langkah yang tepat agar dapat memberikan pengembangan SDM yang baik bagi UMKM yang ingin melakukan digitalisasi.

Jadi, beberapa masalah yang menjadi penghambat keberlangsungan usaha dimasa pandemi COVID-19 salah satunya adalah masalah pada kesehatan arus kas keluar masuk pengeluaran dan pemasukan para pelaku UMKM yang juga berdampak pada berkurangnya tenaga kerja agar tidak mengalami kebangkrutan. Selain itu kurangnya pemahaman para pelaku UMKM mengenai insentif juga memberikan dampak pada terhambatnya keberlangsungan usaha karena realisasinya masih sangat kecil, lalu banyak UMKM yang masih belum memanfaatkan *e-commerce* secara optimal, seperti masih kesulitan dalam

memenuhi stok produksi dan strategi yang masih kurang tepat. Karena beberapa permasalahan yang dilalui UMKM pada masa pandemi COVID-19 ini membuat peneliti tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut bagaimana upaya para pelaku UMKM mempertahankan keberlangsungan usaha mereka di masa pandemi ini dengan memanfaatkan insentif pajak yang diberikan oleh pemerintah dan menerapkan digitalisasi yang baik..

Maka dari itu, penelitian ini akan fokus kepada **“Pemanfaatan Insentif Pajak dan Pemilihan Platform Digital terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM di Era Pandemi COVID-19”**.

B. Pertanyaan Penelitian

Bersumberkan latar belakang serta fokus penelitian yang sudah dibuat, maka peneliti menyimpulkan beberapa pertanyaan yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu:

1. Apakah Insentif Pajak dapat menunjang keberlangsungan usaha UMKM di masa pandemi COVID-19?
2. Apakah para pelaku UMKM dapat *survive* atau melanjutkan bisnisnya selama masa pandemi COVID-19?
3. Apakah pemilihan platform digital *e-commerce* dapat menunjang keberlangsungan usaha UMKM di masa pandemi COVID-19?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian dengan judul “Pemanfaatan Insentif Pajak dan Pemilihan Platform Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM di Era Pandemi COVID-19” memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui manfaat dari Insentif Pajak yang diberikan oleh pemerintah semasa pandemi COVID-19 bagi para pelaku UMKM dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya.
2. Untuk mengetahui upaya para pelaku UMKM semasa pandemi COVID-19 dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya.
3. Untuk mengetahui manfaat dari penggunaan *platform* yang optimal semasa pandemi COVID-19 bagi para pelaku UMKM dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian dengan judul “Pemanfaatan Insentif Pajak dan Pemilihan Platform Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM di Era Pandemi COVID-19” memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Para Pelaku UMKM

Diharapkan penelitian ini dapat membantu para pelaku UMKM mengetahui dan seberapa pentingnya memahami pemanfaatan dana insentif pajak yang diberikan oleh pemerintah pada masa pandemi COVID-19 dan penerapan *e-commerce* bagi keberlangsungan usaha di masa pandemi ini.

2. Bagi Pemerintah

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi pemerintah daerah setempat agar mengetahui berapa persentase jumlah UMKM yang masih bertahan di daerah PIK Pulogadung dan dapat memberikan sosialisasi serta bantuan lebih lanjut terhadap beberapa UMKM yang mengalami kesulitan dalam akses permodalan sehingga UMKM tersebut sulit berkembang.

3. Bagi Penulis

Diharapkan penulis dapat mengaplikasikan keilmuannya yang diperoleh penulis selama mengikuti perkuliahan, permagangan, atau seminar yang semuanya dapat mengembangkan pemahaman, serta penerapannya dalam pengembangan ilmu akuntansi terapan.

