

Strategi Bisnis Dan Pemanfaatan Kebijakan Pajak Di Masa Pandemi COVID-19 Dan Era New Normal (Studi Kasus Pelaku UKM Marketplace)

Ratih Kumala¹ dan Ahmad Junaidi²

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Indonesia STIAMI

E-mail korespondensi: ¹ ratih.kumala@stiami.ac.id dan ² ahmad.junaidi@stiami.ac.id

Abstrak. Tiga bulan telah berlalu mengakibatkan tatanan kehidupan masyarakat di Indonesia telah berubah. Hal ini terjadi karena adanya pandemi Covid-19. Semua aktivitas dilakukan secara *online* (daring) guna menghindari berkumpulnya manusia. Di sisi lain, pengidap virus Covid-19 semakin meningkat sedangkan kekuatan ekonomi mengalami pelemahan. Berbagai kebijakan telah dilakukan pemerintah untuk menyelesaikan pandemi, namun berimbas pada penerimaan negara dari sektor pajak. Oleh sebab itu pemerintah memutuskan untuk menyelamatkan negara dengan memberlakukan tatanan kehidupan baru (Era *New Normal*). *New Normal* adalah paradigma hidup baru, di mana manusia harus berdamai berdampingan dengan Covid-19, yaitu hidup sesuai dengan protokol kesehatan, seperti pola hidup sehat dan bersih serta menggunakan masker selama vaksin belum ditemukan. Tetapi di sisi lain *new normal* menjadikan manusia ketergantungan pada teknologi informasi dan komunikasi. Pemerintah mengeluarkan kebijakan baru tentang insentif perpajakan UKM yang terkandung dalam Melalui PMK Nomor 44/PMK.03/2020 pemerintah menggantikan PMK Nomor 23/PMK.03/2020 yaitu dengan memunculkan satu jenis insentif pajak baru yaitu PPh Final berdasarkan PP 23 Ditanggung Pemerintah (DTP). Kebijakan ini bertujuan untuk keberlangsungan bisnis UKM, mendorong partisipasi masyarakat dan pengetahuan perpajakan. Teknik analisis data kualitatif dilakukan dengan mengumpulkan, memilah serta menganalisis data, dan akhirnya menyimpulkan data. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan tiga responden, strategi bisnis yang dilakukan pelaku UKM adalah berupa inovasi produk, sehingga peluang bisnis yang dilakukan dapat meningkatkan penjualan di toko *online* selama masa pademi Covid-19 dan era *new normal*. Pelaku UKM mengapresiasi kebijakan insentif pajak dan pelaku UKM menyatakan telah memanfaatkan insentif pajak tersebut serta terus meningkatkan kepatuhan kewajiban perpajakan. Pelaku UKM mengharapkan sosialisasi dan pendampingan untuk mendapatkan informasi yang lebih detail terkait peraturan atau kebijakan perpajakan terbaru.

Kata Kunci: strategi bisnis, insentif pajak, pandemi, covid-19, era hidup baru

Abstract. *Three months have passed resulting in the changing order of life in Indonesia. This happened because of the Covid-19 pandemic. All activities are carried out online to avoid the gathering of people. On the other hand, people with the Covid-19 virus have increased while the economic strength has weakened. Various policies have been carried out by the government to resolve the pandemic, but it has an impact on state revenue from the tax sector. Therefore the government decided to save the country by imposing a new normal. New Normal is a new paradigm of life, where humans must come to terms with Covid-19, which is living according to health protocols, such as a healthy and clean lifestyle and using masks as long as a vaccine has not been found. But on the other hand, new normal makes humans dependent on information and communication technology. The government issued a new policy on SME taxation incentives contained in Through PMK Number 44 / PMK.03 / 2020 the government replaced PMK Number 23 / PMK.03 / 2020 by bringing up a new type of tax incentive namely Final Income Tax based on PP 23 Government Borne (DTP). This policy aims at the sustainability of SME businesses, encouraging public participation and tax knowledge. Qualitative data analysis techniques are performed by collecting, sorting and analyzing data, and finally concluding data. Based on the results of in-depth interviews with three respondents, the business strategy carried out by SMEs is in the form of product innovation, so that the business opportunities undertaken can increase sales in online shop during the Covid-19 and new normal. SMEs appreciate the tax incentive policy and SMEs say they have taken advantage of the tax incentives and continue to improve tax compliance. SMEs expect*

socialization and assistance to get more detailed information related to the latest tax regulations or policies.

Keywords: *business strategy, tax incentives, pandemic, covid-19, new normal*

PENDAHULUAN

Tak terasa tiga bulan telah berlalu mengakibatkan tatanan kehidupan masyarakat di Indonesia telah berubah. Hal ini terjadi karena adanya pandemi Covid-19. Berbagai kebijakan telah dilakukan oleh pemerintah guna mencegah terjadinya penularan virus Covid-19 secara masif. Salah satunya dengan membatasi aktivitas untuk keluar rumah, sehingga perubahan tatanan bermasyarakat tersebut berdampak luas bagi berbagai sektor di seluruh dunia. Semua aktivitas semaksimal mungkin dilakukan secara *online* (daring) guna menghindari berkumpulnya manusia dalam jumlah skala besar. Oleh sebab itu, sudah otomatis terjadi peningkatan penetrasi penggunaan internet. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) penggunaan internet di Indonesia melonjak lebih dari 20% selama pekerjaan (*work from home*), sekolah (*school from home*), atau aktivitas lainnya dilakukan secara *online*. Tak terkecuali ini juga berdampak pada kebiasaan hidup masyarakat saat ini.

Pemerintah telah memberikan kebijakan dengan menggelontorkan sejumlah dana APBN maupun APBD hingga APBDes yang dikerahkan untuk mengatasi masalah penanganan virus Covid-19 ini, baik dari segi kesehatan, sosial, pendidikan, hingga ekonomi. Namun, seiring berjalannya waktu, kebijakan pembatasan mobilitas masyarakat seperti pembatasan sosial berskala besar (PSBB) di sejumlah daerah memberikan dampak yang sangat kentara pada sektor ekonomi. Sehingga perekonomian masyarakat semakin melemah akibat pembatasan tersebut.

Di sisi lain, pengidap virus Covid-19 ini terus bertambah setiap harinya di Indonesia. Hingga pertengahan Juni 2020, pemerintah menyiarkan lebih dari 60.000 orang terkonfirmasi positif Covid-19 dan korban meninggal juga terus meningkat. Sedangkan dalam hal kekuatan ekonomi, terjadi pelemahan kemampuan untuk menyelesaikan pandemi ini akibat kurangnya penerimaan negara.

Oleh sebab itu pemerintah memutuskan untuk menyelamatkan negara dengan memberlakukan tatanan kehidupan baru atau disebut dengan "Era *New Normal*." *New Normal* adalah paradigma hidup baru, di mana manusia harus berdamai berdampingan dengan Covid-19, yaitu hidup sesuai dengan protokol 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 akibat pembatasan.

Kini pemerintah berupaya untuk membuka beberapa sektor usaha dan terus mendorong UKM untuk melakukan kegiatan secara *online*, namun tetap pada pemantauan dan secara bertahap guna meningkatkan penerimaan pajak. Guna menjaga keberlangsungan bisnis yang sekaligus menyelamatkan ekonomi nasional, pemerintah telah melakukan berbagai program kebijakan sosial ekonomi, termasuk kebijakan insentif maupun fasilitas pajak yang dapat dimanfaatkan oleh Wajib Pajak.

Untuk itu pelaku UKM disarankan untuk memanfaatkan kebijakan perpajakan di dalam PMK Nomor 44/PMK.03/2020 tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Covid-19 memberikan beberapa insentif pajak, diantaranya PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah (DTP) untuk pekerja berpenghasilan bruto tidak lebih dari Rp.200 juta per tahun, PPh Final UMKM DTP, pembebasan PPh Pasal 22 Impor, pengurangan angsuran PPh Pasal 25 sebesar 30 persen dan restitusi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dipercepat. Sedangkan PMK Nomor 28/PMK.03/2020 tentang Pemberian Fasilitas terhadap Barang dan Jasa yang Diperlukan dalam Rangka Penanganan Pandemi Covid-19, memberikan sekitar delapan insentif untuk jangka waktu enam bulan mulai masa April 2020 hingga September 2020. Tepat pada 8 Juni 2020, sudah 358.966 permohonan insentif yang

telah disetujui. Namun dalam Perpu 1 Tahun 2020 yang telah disetujui oleh DPR menjadi Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2020. Ada tiga kebijakan perpajakan yang penting untuk dimanfaatkan oleh masyarakat, yakni penyesuaian tarif Pajak Penghasilan Wajib Pajak badan dalam negeri dan bentuk usaha tetap, perlakuan perpajakan dalam kegiatan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan perpanjangan waktu pelaksanaan hak dan pemenuhan kewajiban perpajakan. (Suryo Utomo, 2020)

Kondisi pandemi Covid-19 ini telah berdampak buruk terhadap bisnis dan ekonomi, bahkan ketidakpastian bisnis dan ekonomi menjadi momok yang sangat menakutkan bagi para pelaku UKM dan hampir seluruh sektor usaha menerima imbas negatif dari ketidakpastian bisnis, termasuk ada sebagian usaha yang mulai berhenti beroperasi yang akhirnya menekan pertumbuhan ekonomi.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif, yaitu metode penelitian yang dilandasi oleh filsafat *postpositivisme* dan digunakan untuk penelitian saat kondisi objek yang alamiah dan peneliti sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah triangulasi yaitu analisis data yang bersifat induktif. Dan hasil penelitian kualitatif ini lebih menekankan makna daripada generalisasi. (Sugiyono, 2017).

Responden dalam penelitian ini merupakan pelaku UKM yang bermitra dengan Shopee dan Tokopedia di wilayah Jakarta yang memiliki bidang usaha yang berbeda-beda, yaitu UKM yang bergerak dalam bidang *fashion*, makanan, kesehatan dan/atau kecantikan. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 3 responden pelaku UKM, dengan tehnik *simple random sampling*. Dalam penelitian ini, peneliti hanya melakukan wawancara secara mendalam terkait kepada para responden untuk memperoleh data yang diperlukan. Pengujian validitas data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan pengamatan, peningkatan ketekunan saat penelitian, triangulasi, diskusi

dengan teman sejawat, analisis kasus negatif dan *membercheck*. Penelitian ini digunakan triangulasi sumber yaitu dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber wawancara, juga responden dari pengguna jasa mitra mitra bisnis pemilik UKM untuk mendapatkan informasi UKM yang lebih akurat.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif. Langkah-langkah dalam analisis data kualitatif melalui empat proses, yaitu mengumpulkan data, menyortir data yang tidak diperlukan, menyajikan dan menganalisis data, serta menyimpulkan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan peneliti dari data primer hasil wawancara mendalam kepada responden meliputi profil usaha masing-masing UKM, pembayaran pajak pelaku UKM sebelum kebijakan insentif, potensi kepatuhan pajak pelaku UKM setelah berlakunya PMK Nomor 44/PMK.03/2020.

1. Profil UKM

Responden penelitian terdiri dari UMKM yang bergerak dalam bidang *fashion*, makanan, kesehatan dan/atau kecantikan. Adapun profil masing-masing UMKM tersebut sebagai berikut:

a. Responden 1, UKM yang Bergerak dalam Bidang *Fashion*

Usaha *fashion muslimah* ini diinisiasi oleh sang istri, kemudian di kembangkan bersama suami. Sang istri adalah jebolan salah satu pondok pesantren di pulau Jawa. Awalnya hanya menjadi reseller gamis. Namun tahun 2014 pelaku usaha memberanikan diri untuk memproduksi gamis dan hijab, meskipun proses produksi awal dikerjakan oleh maklon tetapi saat ini semua proses produksi telah dilakukan dengan konveksi pribadi. Pemasaran usaha ini dilakukan secara online dengan menggunakan jasa pemasaran dari luar perusahaan. Meskipun karyawan yang *standby* menangani operasional usaha hanya 5 orang

administrasi, namun omset rata-rata telah mencapai 250-300 juta per bulan.

b. Responden 2, UKM yang Bergerak dalam Bidang Makanan

UKM yang memproduksi masakan asli padang dalam kemasan (*travel pack*). Berawal dari kesukaannya dengan masakan khas padang seperti rendang dan dendeng buatan bundo tercinta, akhir tahun 2017 pelaku UKM ini memberanikan diri untuk membuka usaha sendiri dan di tahun 2018 mulai berjualan *online* di instagram dan marketplace. Selain melakukan penjualan *online*, dia juga membuka pesanan catering nasi box. Pelaku UKM mengakui bahwa pemasaran, tidak ada tim marketing khusus yang menangani pemasaran. Usaha ini dikelola oleh keluarga dibantu 2 orang karyawan. Omset rata-rata sekitar 40-50 juta per bulan.

c. Responden 3, UKM yang Bergerak dalam Bidang Kesehatan dan/atau Kecantikan

UKM yang menjual produk kesehatan dan kecantikan. Usaha ini berawal karena memiliki wajah berjerawat dan akhirnya sejak tahun 2014 mulai menekuni menjalankan bisnis MLMnya hingga saat ini menjadi distributor terbesar di kota Jakarta. Usaha ini hanya di kelola oleh Suami dan 2 orang admin. Omset rata-rata perbulan sekitar 90-100 juta per bulan.

2. Strategi Bisnis dan Pemanfaatan Pajak

Menurut kebijakan perpajakan yang ditetapkan Pemerintah dalam Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan (PPh) atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu berlaku sejadi 1 Juli 2018. Peraturan ini dikenal dengan istilah PP No. 23/2018. Peraturan Pemerintah ini masih menjadi acuan tarif pajak UKM yaitu 0,5 persen dari peredaran bruto per bulan. Tujuan dari penurunan tarif ini adalah untuk menggali potensi wajib pajak UKM karena

meningkatnya pelaku UKM di Indonesia sekaligus dukungan dari pemerintah agar UKM semakin berkembang.

Di masa pandemi Covid-19 seperti saat ini segi kesehatan masyarakat tetap menjadi prioritas utama. Oleh karena itu, pemerintah tidak tinggal diam dengan keadaan tersebut. Guna menjaga stabilitas dan memulihkan ekonomi nasional, pemerintah mengeluarkan beberapa kebijakan untuk tetap mendukung UKM di masa pandemi. Kebijakan tersebut diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) yang merupakan amanat dari Perppu 1/2020 antara lain insentif pajak, subsidi bunga dan penjaminan modal kerja baru UMKM.

Melalui PMK Nomor 44/PMK.03/2020

pemerintah menggantikan PMK Nomor 23/PMK.03/2020 dengan memunculkan satu jenis insentif pajak baru yaitu PPh Final berdasarkan PP 23 Ditanggung Pemerintah (DTP). Latar belakang insentif pajak untuk PPh Final DTP ini merupakan upaya perluasan cakupan insentif pajak karena dampak Covid-19 yang turut menjangkau pelaku UMKM. Dengan adanya insentif pajak, pelaku UKM dibebaskan dari pembayaran pajak PPh Final PP 23 selama masa pajak April 2020 hingga September 2020. Untuk memanfaatkan insentif pajak tersebut, maka wajib pajak UKM harus melakukan pengajuan permohonan Surat Keterangan terlebih dahulu di laman www.pajak.go.id. Setelah itu, wajib pajak UKM menyampaikan laporan realisasi PPh Final DTP yang meliputi PPh terutang atas penghasilan yang diterima atau diperoleh dan dilampirkan dengan SSP atau cetakan kode *billing*. Laporan tersebut harus disampaikan setiap bulan dan paling lambat tanggal 20 bulan berikutnya setelah masa pajak berakhir melalui laman www.pajak.go.id dengan menggunakan menu layanan *eReporting Insentif Covid-19*. Dan laporan tersebut

harus disampaikan tepat waktu agar insentif dapat dimanfaatkan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan tiga responden UKM, menyatakan bahwa sudah mengetahui tentang kebijakan insentif pajak tersebut. Ketiga responden sangat mengapresiasi kebijakan pemerintah guna memanfaatkan insentif pajak tersebut. Dua dari tiga responden telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) wajib orang pribadi sejak lama karena sebelumnya berstatus sebagai pegawai pada sebuah instansi. Sedangkan satu responden baru terdaftar menjadi wajib pajak sejak tahun 2018. Ketiga responden telah melakukan kewajiban pajak berdasarkan PP Nomor 23 tahun 2018 dan selama dua bulan ini (masa April dan Mei 2020) wajib pajak telah memanfaatkan insentif pajak berdasarkan PMK Nomor 44/PMK.03/2020. Responden menilai kebijakan ini sangat baik diterapkan demi keberlangsungan bisnis yang dijalankan selama masa pandemi.

Semua responden menyatakan bahwa margin laba biasanya ada pada kisaran 10% sampai 20%, namun selama pandemi ini penjualan secara *online* mengalami peningkatan. Hal ini terjadi karena adanya inovasi dari produk yang ditawarkan dan kebijakan PSBB dari pemerintah sehingga masyarakat melakukan aktivitas di rumah dalam rangka mengurangi resiko penyebaran virus Covid-19, maka terjadi peningkatan daya beli masyarakat.

Responden 1 telah melakukan inovasi produk dengan membuat sebuah *Stylish Dress* (baju kerja rasa rumah) yang *comfy* dan *auto switch* untuk memudahkan pelanggan yang melakukan pekerjaan kantor maupun pekerjaan rumah agar mood tetap terjaga. Sedangkan responden 2, menyediakan produk dalam bentuk *family pack* jadi pelanggan tidak perlu repot memasak dan cukup menghangatkan melalui *microwave* atau di atas wajan dan kompor. Berbeda dengan responden 3,

promosi produk yang dilakukan dalam bentuk edukasi tentang pentingnya kesehatan dan perawatan tubuh selama masa pandemi agar sistem imun selalu terjaga dan tetap tampil cantik walau di rumah saja.

Namun pelaku UKM berharap kebijakan ini dapat dilakukan hingga akhir Desember 2020, mengingat kondisi ekonomi saat ini masih belum pulih. Pelaku UKM juga mengharapkan *Account Representative* (AR) yang menangani setiap permasalahan wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak dapat meningkatkan pelayanan yang lebih ramah, mengedukasi wajib pajak dengan baik dan tidak berbelit-belit, serta melakukan sosialisasi perpajakan sehingga dapat mendukung wajib pajak untuk patuh terhadap kewajiban perpajakan.

SIMPULAN

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka simpulan dari penelitian ini adalah:

1. Strategi bisnis yang dilakukan pelaku UKM adalah berupa inovasi produk, sehingga peluang bisnis yang dilakukan dapat meningkatkan penjualan di toko *online* selama masa pandemi Covid-19 dan era *new normal*.
2. Pelaku UKM mengapresiasi kebijakan insentif pajak yang tertuang dalam PMK Nomor 44/PMK.03/2020 dan pelaku UKM menyatakan telah memanfaatkan insentif pajak tersebut serta terus meningkatkan kepatuhan kewajiban perpajakan.
3. Pelaku UKM mengharapkan sosialisasi dan pendampingan untuk mendapatkan informasi yang lebih detail terkait peraturan atau kebijakan perpajakan terbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauziah Fenty, 2019. Potensi Pajak Pelaku UMKM Digital dan Kewajiban Zakat. Seminar Nasional & Call For Paper Seminar Bisnis Magister Manajemen (SAMBIS-2019) ISSN: 2685-1474

- “Membangun Ekonomi Kreatif yang Berdaya Saing”.
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 44/PMK.03/2020 tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Covid-19.
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 28/PMK.03/2020 tentang Pemberian Fasilitas terhadap Barang dan Jasa yang Diperlukan dalam Rangka Penanganan Pandemi Covid-19, memberikan sekitar delapan insentif untuk jangka waktu enam bulan mulai masa April 2020 hingga September 2020.
- Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan Dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
- Sari, Rafika. 2018. *Kebijakan Insentif Pajak Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI.
- Simanjuntak, Timbul H dan Imam Mukhlis. 2012. *Dimensi Ekonomi Perpajakan dalam Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Tatik, 2018. Potensi Kepatuhan Pembayaran Pajak Pada Pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Pasca Penerbitan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Sleman-Yogyakarta). *Seminar Nasional dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage (SCA) 8 Purwokerto, 19 September 2018*.
- Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM Bab IV Pasal 16. Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- Wicaksono, B. 2018. Meningkatkan Potensi Pajak UMKM Online Melalui Data E-Commerce (Studi Kasus Wilayah Pulau Jawa). *Simposium Nasional Keuangan Negara*. 2018.