

**PEMANFAATAN INSENTIF PAJAK DAN PEMILIHAN
PLATFORM DIGITAL TERHADAPKEBERLANGSUNGAN
USAHA UMKM PASCA PANDEMI COVID-19 DALAM
PERSPEKTIF ISLAM
(Studi Pada UMKM Pasar Tengah Kota Bandar Lampung)**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-
syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)**

Oleh :

ELIA MAULIFAH

NPM. 1951030249



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG**

1445 H / 2024 M

**PEMANFAATAN INSENTIF PAJAK DAN PEMILIHAN
PLATFORM DIGITAL TERHADAPKEBERLANGSUNGAN
USAHA UMKM PASCA PANDEMI COVID-19 DALAM
PERSPEKTIF ISLAM
(Studi Pada UMKM Pasar Tengah Kota Bandar Lampung)**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-
syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)**

Oleh :

ELIA MAULIFAH

NPM. 1951030249

Program Studi : Akuntansi Syariah

Pembimbing I : Dr. Hanif, S.E., M.M

Pembimbing II : Agus Kurniawan,S.E., M.S.Ak

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG**

1445 H / 2024 M

ABSTRAK

Pandemi telah menyebabkan penurunan pendapatan, penurunan jumlah pelanggan, serta tantangan dalam mencari dan mempertahankan pasar. Di tengah situasi ini, banyak UMKM yang berjuang untuk bertahan dan mencari cara agar usaha mereka tetap berjalan dan berkelanjutan. Permasalahan yang dilakukan peneliti adalah Cara pemanfaatan insentif pajak dan platform digital pada keberlangsungan usaha UMKM di Pasar Tengah Kota Bandar Lampung dalam perspektif Islam Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan insentif pajak dan pemilihan platform digital dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha UMKM dan bagaimana pandangan Islam terhadap hal tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif melalui wawancara dan studi literatur. Responden yang diambil adalah para pemilik UMKM yang terdampak pandemi COVID-19 di wilayah Kota Bandar Lampung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan insentif pajak dan pemilihan platform digital dapat membantu meningkatkan keberlangsungan usaha UMKM pasca pandemi COVID-19. Selain itu, pandangan Islam juga mendukung pemanfaatan teknologi dan inovasi dalam menjaga keberlangsungan usaha. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa pemanfaatan insentif pajak dan pemilihan platform digital sangat penting bagi keberlangsungan usaha UMKM pasca pandemi COVID-19. Selain itu, pandangan Islam juga mendukung pemanfaatan teknologi dan inovasi sebagai upaya menjaga keberlangsungan usaha.

Kata Kunci: Insentif pajak, platform digital, usaha UMKM, pasca pandemi Covid-19, perspektif Islam

ABSTRACT

The pandemic has caused a decline in income, a reduction in the number of customers, as well as challenges in finding and maintaining markets. In the midst of this situation, many small and medium-sized enterprises (UMKM) are struggling to survive and find ways to keep their businesses running and sustainable. The problem addressed by the researcher is the utilization of tax incentives and digital platforms for the sustainability of SMEs in the Central Market of Bandar Lampung City from an Islamic perspective.

The objective of this research is to determine the extent to which the utilization of tax incentives and the selection of digital platforms can influence the sustainability of SMEs and how Islam views this matter. The research method used is a descriptive method with a qualitative approach through interviews and literature studies. Respondents selected are the owners of SMEs affected by the COVID-19 pandemic in the Bandar Lampung City area.

The results show that the utilization of tax incentives and the selection of digital platforms can help improve the sustainability of SMEs post-COVID-19 pandemic. Additionally, Islamic views also support the use of technology and innovation in maintaining business sustainability.

Keywords: *Tax incentives, digital platforms, MSME businesses, post-Covid-19 pandemic, Islamic perspective*



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suraimin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elia Maulifah
NPM : 1951030249
Program Studi : Akuntansi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pemfaatan Insentif Pajak Dan Pemilihan Platform Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM Pasca Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Islam (Studi Pada UMKM Pasar Tengah Kota Bandar Lampung)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikat ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipahami.

Bandar Lampung, 08 Agustus 2023
Penulis



Elia Maulifah
NPM. 1951030249



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pemfaatan Insentif Pajak Dan Pemilihan Platform Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM Pasca Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Islam (Studi Pada UMKM Pasar Tengah Kota Bandar Lampung)

**Nama : Elia Maulifah
NPM : 1951030249
Program Studi : Akuntansi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hanif, SE., M.M
NIP. 19740823 200003 1 001

Agus Kurniawan, S.E., M. S.Ak
NIP. 19761226 202321 1 004

**Mengetahui,
Ketua Prodi Akuntansi Syari'ah**

A. Zuliansyah, S.Si., M.M
NIP. 19830222 200912 1 003



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul **“Pemanfaatan Insentif Pajak Dan Pemilihan Platform Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM Pada Pasca Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Islam (Studi Pada UMKM Pasar Tengah Kota Bandar Lampung)”** disusun oleh Elia Maulifah, NPM :1951030249, Program Studi Akuntansi Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal : Selasa, 17 Oktober 2023.

Tim Penguji

Ketua : Dr. Asriani, S.H.,M.H

(.....)

Sekretaris : Adhe Risky Mayasari, M.Pd

(.....)

Penguji I :Rosydalina Putri, M.S.Ak, Akt, C.A

(.....)

Penguji II : Dr. Hanif, S.E., M.E

(.....)

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt., C.A

NIP.197009262008011008



MOTTO

وَحَلَقَ اللَّهُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ بِالْحَقِّ وَلِتُجْزَىٰ كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

Artinya : "Dan Allah menciptakan langit dan bumi dengan tujuan yang benar dan agar dibalasi tiap-tiap diri terhadap apa yang dikerjakannya, dan mereka tidak akan dirugikan." (Q.S. Al-Jaatsiyah: 22)



PERSEMBAHAN

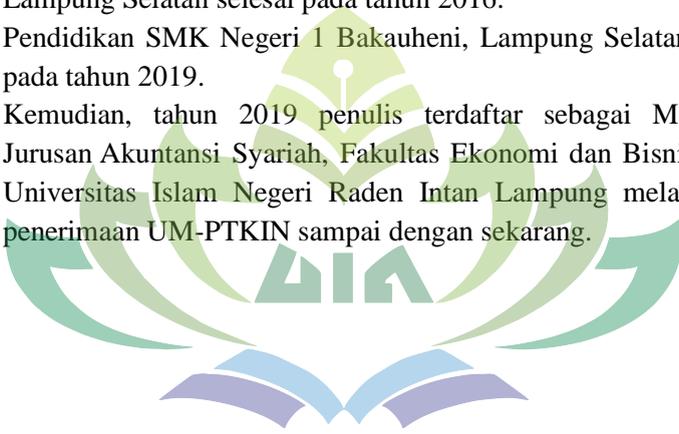
Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah yang tiada terkira kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kesabaran dan kenikmatan yang tidak dapat dihitung kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Dari lubuk hati penulis yang paling dalam mempersembahkan dan dedikasikan skripsi ini sebagai bentuk ungkapan rasa syukur dan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tuaku yang tercinta Bapak Mustofa dan Almh. Ibu Saidah, yang menjadi penyemangat hidupku, tulus ikhlas merawatku, menjaga dan menyanyangi anak-anaknya. Terimakasih banyak atas doa, dukungan emosional, materi, tenaga, cinta, kasih dan sayang yang tak terhingga, dan semangat yang tak henti-hentinya selalu diberikan kepada saya yang menjadi kekuatan untuk saya. Senyum dan kebahagiaan kalian menjadi semangat dan tujuan hidup saya, dan berjanji untuk menjadi anak yang baik dan membahagiakan kalian. Semoga Bapak dan Ibu selalu berada dalam lindungan Allah SWT, selalu sehat, dan mendapatkan keberkahan baik di dunia maupun di akhirat.
2. Untuk kakakku Ilviyana Fhasda dan adikku Muhammad Fazri Al-Mutolib yang saya sayangi, terimakasih kalian yang selalu mendukungku, menjadi motivasi, menjadi tempat saya berkeluh kesah dan pemacu semangat saya untuk segera menyelesaikan studi ini. Semoga kita menjadi anak yang baik dan berbakti kepada Bapak dan Ibu. Serta keluarga besar yang turut membantu dalam mendoakan dan selalu memberikan semangat dan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada Diri sendiri yang mau dan mampu bertahan, berjuang, berusaha sekuat yang saya bisa, tidak menyerah walau banyak rasa dan godaan yang datang untuk berhenti, terimakasih karena telah bertahan untuk tetap kuat sampai detik ini.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Elia Maulifah. Dilahirkan di Harapan Jaya, Kecamatan Ketapang, kabupaten Lampung Selatan pada tanggal 20 Agustus 2001. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, dari pasangan Bapak Mustofa dan Almh. Ibu Saidah. Berikut ini adalah jenjang pendidikan formal yang ditempuh penulis yaitu :

1. Masa pendidikan penulis dimulai dari SD Negeri 2 Sumur, Ketapang, Lampung Selatan selesai pada tahun 2013.
2. Penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Bakauheni, Lampung Selatan selesai pada tahun 2016.
3. Pendidikan SMK Negeri 1 Bakauheni, Lampung Selatan selesai pada tahun 2019.
4. Kemudian, tahun 2019 penulis terdaftar sebagai Mahasiswi Jurusan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung melalui jalur penerimaan UM-PTKIN sampai dengan sekarang.



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Puji dan syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk, sehingga skripsi dengan judul **“Pemanfaatan Insentif Pajak dan Pemilihan Platform Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM Pasca Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Islam (Studi Pada UMKM Pasar Tengah Kota Bandar Lampung)”** dapat diselesaikan dengan baik sebagai syarat menyelesaikan Program Studi S1 Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, shalawat serta salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya, berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk ini pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt. CA. Selaku Dekan Fakultas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung beserta jajarannya yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis sehingga penelitian ini dapat berjalan lancar dan sesuai dengan semestinya.
2. Bapak Ahmad Zuliansyah, S.Si., M.M. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Syariah yang telah memberikan petunjuk dan arahnya selama masa studi di Program Studi Akuntansi Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Inatan Lampung.
3. Bapak Dr. Hanif, S E., M.M dan Bapak Agus Kurniawan, S.E., M.S.Ak. Selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan, perhatian, motivasi, ilmu baru serta waktu yang sangat berarti dalam proses penyusunan skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta mendidik dengan sangat baik selama saya menempuh pendidikan di bangku perkuliahan di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
5. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah membantu penulis dalam mengurus segala kebutuhan administrasi dan lain sebagainya.
6. Para pelaku UMKM yang ada di Pasar Tengah Kota Bandar Lampung yang telah berkenan meluangkan waktu dan memberikan hal-hal yang dibutuhkan di dalam penelitian ini sehingga membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat keluh kesah, senang sedihku yang selalu mendukung dan memberikan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini Erlinda Nofitasari, Nurul Amrina, Lisa Oktavia, Rizki Destianti. Dan Ayu Prasetya. Terimakasih karena sudah menjadi teman untukku berbagi cerita serta senantiasa membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabatku, Puji, Indah Sartika Siregar, Siti Nurnazilah, dan Revinda Gunanti yang selalu ada setiap penulis membutuhkan. Terimakasih telah banyak membantu dan mau direpotkan, semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT.
9. Teman-teman seperjuangan Program Studi Akuntansi Syariah Angkatan 2019, terkhusus Akuntansi Syariah kelas B yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah berjuang bersama-sama dalam proses perkuliahan, serta memberikan dukungan dan semangat. Semoga kalian bisa cepat menyelesaikan skripsi dengan baik.
10. Last but not least ucapan terimakasih ini untuk Orang Spesial Aljuzi Khozaini, terimakasih untuk selalu ada di waktu mengerjakan skripsi ini, selalu sabar mendengar keluh kesah yang terjadi, selalu menjadi penyemangat, selalu jadi alarm untuk menuntaskan skripsi ini sampai dengan selesai, memberikan masukan dan juga arahan untuk skripsiku. Terimakasih banyak atas semangat untuk terus maju dan jangan menyerah dalam segala hal untuk meraih apa yang menjadi impian saya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, hal ini tidak lain disebabkan karena keterbatasan kemampuan, waktu dan dana yang dimiliki. Untuk itu kiranya para pembaca dapat memberikan masukan dan saran guna memperbaiki dan melengkapi kekurangan. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca serta dapat menjadi sumbangsih yang bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Dengan mengucapkan banyak terimakasih, semoga jasa-jasa Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh pihak yang telah membantu serta mendoakan penulis hingga skripsi ini terselesaikan, mendapatkan balasan pahala dan keberkahan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Aamiin.

Bandar Lampung, 08 Agustus 2023



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
SURAT PERNYATAAN	v
PERSETUJUAN PEMBIMBING	vi
PENGESAHAN.....	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	4
C. Fokus dan Sub-Fokus Masalah.....	12
D. Rumusan Masalah	13
E. Tujuan Penelitian	13
F. Manfaat Penelitian	13
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	14
H. Metode Penelitian	18
1. Jenis dan Sifat Penelitian	18
2. Sumber Data	19
3. Populasi dan Sampel	20
4. Metode Pengumpulan Data	22
5. Teknik Analisis Data	24
6. Teknik Pengolahan Data	25
I. Sistematika Pembahasan	26
1. Bagian Awal	26

2.	Bagian Substansi (Inti)	26
3.	Bagian Akhir	27
BAB II LANDASAN TEORI.....		29
A.	Teori Regulasi.....	29
B.	Pajak.....	30
1.	Teori Pajak	30
2.	Objek Pajak Subjek Pajak	32
3.	Jenis-Jenis Pajak	33
4.	System Pemungutan Pajak	35
C.	<i>E-Commerce</i>	36
1.	Pengertian <i>E-Commerce</i>	36
2.	Klasifikasi <i>E-Commerce</i>	37
3.	Komponen <i>E-Commerce</i>	39
4.	Manfaat Penggunaan <i>E-Commerce</i>	41
5.	Kelebihan dan Kekurangn <i>E-Commerce</i>	43
6.	<i>E-Commerce</i> Dalam Pandangan Islam.....	45
D.	Keberlangsungan Usaha	50
1.	Pengertian Keberlangsungan Usaha.....	50
2.	Indikator Keberlangsungan Usaha.....	51
3.	Manfaat Keberlangsungan Usaha.....	55
E.	UMKM.....	56
1.	Pengertian UMKM.....	56
2.	Peran UMKM.....	56
3.	Indikator UMKM.....	58
4.	Karakteristik Usaha Kecil Menengah.....	61
5.	Kriteria Usaha Kecil dan Menengah	62
6.	Karakteristik Usaha Mikro Menurut Perspektif Islam.....	63
BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....		65
A.	Gambaran Umum Objek	65
B.	Produk Unggulan Kota Bandar Lampung	66
C.	Perkembangan Jumlah UMKM di Pasar Tengah Bandar Lampung.....	68

BAB IV ANALISIS PENELITIAN	71
A. Analisis Data Penelitian	71
B. Pemanfaatan Insentif Pajak yang Diberikan oleh Pemerintah Kepada Para UMKM di Pasar Tengah Kota Bandar Lampung	72
C. Upaya UMKM Dalam Mempertahankan Usahanya	79
D. Penerapan Digitalisasi Dengan Pemilihan Platform E-Commerce oleh Para UMKM di Pasar Tengah Kota Bandar Lampung	81
E. Cara Pemanfaatan Insentif Pajak dan Pemilihan Platform Digital Pada Keberlangsungan Usaha UMKM di Pasar Tengah Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Islam	87
 BAB V PENUTUP	 89
A. Simpulan	89
B. Rekomendasi	90
 DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. 1 UMKM yang terdampak Pandemi Covid-19 di Provinsi Lampung	6
1. 2 Data UMKM Kota Bandar Lampung Bulan Desember 2021 ..	20
3. 1 Daftar Nama UMKM Pasar Tengah Kota Bandar Lampung ...	66
3.2 Perkembangan UMKM Pasar Tengah Kota Bandar Lampung .	69
4. 1 Daftar Toko di Pasar Tengah Kota Bandar Lampung	72
4. 2 Pasca Pandemi Covid-19	73
4. 3 Alasan Tidak Menggunakan Insentif Pajak	75
4. 4 Bantuan Lain Dari Pemerintah	76
4. 5 Rencana Menggunakan Insentif Pajak	78
4. 6 Upaya UMKM Mempertahankan Usahanya	79
4. 7 Platform Digital Yang Digunakan	82
4. 8 Alasan Menggunakan Layanan Distribusi	83
4. 9 Biaya Promosi	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Pedoman Wawancara	99
2. Hasil Wawancara.....	101
2. Dokumentasi	173
3. Hasil Turnitin	184



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Dalam deskripsi awal sebuah penelitian, judul adalah alat penting sebelum seseorang dalam melakukan penelitian untuk mendapatkan penjelasan yang jelas dan memudahkan untuk memahami tulisan ini, perlu diperjelas maknanya dan penjelasan arti istilah-istilah yang relevan dalam judul skripsi ini. Judul skripsi ini adalah **“Pemanfaatan Insentif Pajak Dan Pemilihan Platform Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM Pasca Era Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Islam (Studi Pada UMKM Pasar Tengah Kota Bandar Lampung)”**. Sebelum penulis memaparkan pembahasan utama dari skripsi ini, penulis jelaskan terlebih dahulu beberapa istilah yang terdapat pada judul skripsi ini. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesalahpahaman di antara para pembaca dan proses penekanan terhadap topik masalah yang akan dibahas.

1. **Pemanfaatan** adalah aktifitas menggunakan proses dan sumber-sumber belajar. Menurut Davis kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Kemanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan penentu yang kuat terhadap penerimaan pengguna suatu sistem informasi, adopsi, dan perilaku para pengguna.¹
2. **Insentif** adalah pengupahan yang memberikan imbalan yang berbeda karena memang prestasi yang berbeda. Dua orang dengan jabatan yang sama dapat menerima insentif yang berbeda karena bergantung pada prestasi. Insentif adalah suatu bentuk dorongan financial kepada karyawan atas prestasi karyawan tersebut. insentif merupakan sejumlah

¹ Rahmatika Firmansyah, Nuramalia Hasanah, & Ati Sumiati. (2021). Pemanfaatan Insentif Pajak dan Pemilihan Platform Digital terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 2(3). <https://doi.org/10.21009/japa.0203.03>.

uang yang di tambahkan pada upah dasar yang di berikan perusahaan kepada karyawan.²

3. **Pajak** adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan ketetapan di dalam undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayarpengeluaran umum.³
4. **Insetif Pajak** adalah bantuan yang diberikan pemerintah kepada wajib pajak. Istilah insentif dapat diartikan sebagai penghasilan tambahan. Dalam dunia perpajakan, insentif pajak adalah pemberian bantuan dari negara kepada pihak wajib pajak.⁴
5. **Platform Digital atau e-commerce atau electronic commerce** adalah proses jual beli yang menggunakan konsep baru atau suatu proses jual beli yang dilakukan pada *World Wide Web* pada internet. Definisi lain adalah proses transaksi jual beli atau pertukaran informasi melalui jaringan internet.⁵ Mengenai *e-commerce* atau biasa dikenal dengan online shopping adalah sebuah pelaksanaan usaha berupa transaksi penjualan, pembelian, pesanan, pembayaran, maupun kegiatan promosi suatu barang atau jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan penggunaan computer, handphone, maupun sarana komunikasi digital atau telekomunikasi data yang dapat diakses internetlainnya.⁶
6. **Keberlangsungan Usaha** adalah suatu kondisi dimana sebuah usaha melakukan berbagai cara dengan tujuan mempertahankan, melindungi, dan mengembangkan sumber

² Yuli Agustina, Rahman, A., & Filianti, F. "Insentif Pajak: Solusi Tepat bagi UMKM di Masa Pandemi Covid-19," *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, No.2 (2021). <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v5i2.2618>

³ Lilih Marlinah, "Memfaatkan Insentif Pajak UMKM Dalam Upaya Mendorong Pemuliahan Ekonomi Nasional," *Memfaatkan Insentif Pajak UMKM Dalam Upaya Mendorong Pemuliahan Ekonomi Nasional* 4, No.98 (2021).

⁴ Justine T, Sirait, MBA-T, *Memahami Aspek-Aspek Pengelolaan Sumber Daya Manusia dalam Organisasi* (Jakarta: PT. Grasindo, 2006), 200.

⁵ Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C., *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective (8th Editio)*. Springe. (2015).

⁶ Kuswiratno, *Memulai Usaha Itu Gampang!* (Jakarta: Visi Media, 2016).

daya yang dimiliki serta memenuhi kebutuhan yang diperlukan dalam suatu usaha. Berdasarkan kondisi atau keadaan ekonomi yang sedang berlangsung dalam dunia usaha (business).⁷

7. **UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah** adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. UMKM merupakan usaha yang produktif untuk dikembangkan bagi mendukung perkembangan ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia dan mempengaruhi sektor lain bisa berkembang.⁸
8. **Pandemi Covid-19** merupakan peristiwa penyebaran penyakit corona virus disease tahun 2019 di seluruh dunia. Penyakit ini disebabkan oleh corona virus jenis baru yang diberi nama SARS-CoV-2. Wabah covid-19 pertama kali terdeteksi di kota Wuhan, provinsi Hubei Tiongkok dan ditetapkan sebagai pandemic oleh organisasi kesehatan dunia (WHO).⁹
9. **Perspektif Islam** adalah cara pandang dalam norma hukum yang bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadist yang muncul akibat kesadaran seseorang terhadap sesuatu, yang akan menambah wawasan atau pengetahuan seseorang agar dapat melihat segala sesuatu yang terjadi dengan pandangan yang luas

Berdasarkan penjelasan istilah-istilah diatas dapat disimpulkan bahwa judul penelitian ini adalah pemanfaatan insentif pajak dan pemilihan platform digital terhadap keberlangsungan usaha umkm pasca pandemic covid-19 dalam perspektif islam.

⁷ Niken Handayani, "Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Keterkaitan Hubungan Modal Sosial Dengan Keberlangsungan Usaha Pengusaha Batik Dikampung Kauman, Kelurahan Kauman, Kecamatan Pasar Kliwon, Surakarta", Skripsi, (Surakarta: universitas Sebelas Maret, 2007), 43.

⁸ Yuli Rahmini Suci, "Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 6, No.1 (2017): 7.

⁹ World Health Organization, 2020. <http://www.who.int/emergencies/diseases/novelcoronavirus-2019>.

B. Latar Belakang

Perekonomian adalah salah satu faktor kemajuan suatu Negara. Setiap Negara bersaing ketat untuk meningkatkan produktivitas perekonomiannya. Perekonomian Indonesia saat ini menempati urutan ke 17 di dunia.¹⁰ Di Indonesia sendiri, Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak sehingga menjadi tulang punggung perekonomian Nasional. UMKM juga merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian di Indonesia dan telah terbukti menjadi kunci pengaman perekonomian Nasional dalam masa krisisekonomi serta menjadi desinator pertumbuhan ekonomi pasca krisis.¹¹ Menurut Data kementerian Koperasi dan Usaha Mikro kecil dan Menengah 2019, Jumlah UMKM di Indonesia sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Berdasarkan Data tersebut jumlah UMKM di Indonesia memiliki jumlah yang terbilang sangat besar. Hal tersebut menjadikan peluang bisnis di Indonesia semakin bagus. Pada tahun 2020 diperkirakan ada lebih dari 65 juta pelaku UMKM di Indonesia. Oleh karna itu Peningkatan kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap pendapatan nasional harus terus diupayakan. Sebagai sektor yang berperan dalam membuka lapangan kerja bagi (96,87%) angkatan kerja di Indonesia, UMKM memiliki posisi penting dalam keberlangsungan perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, kontribusi UMKM pada PDB mencapai 60,34% pada 2017. Kontribusi ini pada dasarnya masih dapat ditingkatkan, mengingat peran UMKM dalam porsi ekspor di Indonesia hanya mencapai 15,7%. Pengalaman pada 1998 dan 2012 membuktikan bahwa UMKM dapat bertahan dari

¹⁰ Sari, Rahmi M, "Strategi Peningkatan daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Kaizen", *Jurnal OPTimalisasi Strategi Industri* 13, No.2 (2014).

¹¹ Bachtiar Rifai, "Efektivitas pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah(UMKM)," *Jurnal Sosio Humaniora* 3, No. 4 (2012).

krisis ekonomi, ditunjukkan dengan pertumbuhan positif yang dicapai UMKM pada saat-saat krisis.¹²

Namun pada tahun 2019 Sebuah bencana yang menghebohkan kita akhir-akhir ini adalah penyebaran virus baru. Menurut Keputusan Presiden (Keppres) RI Nomor 12 Tahun 2020 penyebaran virus ini dikategorikan sebagai bencana Nonalam.¹³ Virus ini muncul pertama kali di China. Menurut Dame (2020) Virus Severe Acute Respiratory Syndrome Corona virus 2 (SARS-CoV- 2) yang lebih dikenal dengan nama Virus Corona adalah jenis baru dari Corona virus. Infeksi Virus corona disebut COVID-19 (Corona Virus Disease 2019). World Health Organization (WHO) menjelaskan bahwa Corona virus adalah Virus yang dapat menyebabkan penyakit pada hewan dan manusia. Pada manusia beberapa Corona virus menyebabkan infeksi pernafasan mulai dari flu biasa hingga penyakit yang lebih parah seperti sindrom pernafasan Timur Tengah (MERS) dan sindrom pernafasan Akut Parah (SARS).

Sebagai salah satu Kota dengan kasus penyebaran Virus Tertinggi di Provinsi Lampung Pemerintah Kota Bandar Lampung menerapkan beberapa Langkah Untuk Mengurangi Kasus penyebaran Virus COVID-19 seperti menganjurkan masyarakatnya untuk tetap berada Dirumah, menerapkan Social Distancing (pembatasan social), Pemberlakuan Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) dan melakukan aktivitas-aktivitas yang mengundang banyak orang dilakukan secara Online/daring, namun dibalik kebijakan pemerintah untuk mengurangi penyebaran Virus.¹⁴

Keberlangsungan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Banyaknya pelaku UMKM mengaku sudah mengalami dampak negatif Covid 19 dalam proses bisnisnya.

¹² Gregorius Rio Alfrian, Endang Pitaloka. "Strategi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Bertahan Pada kondisi Pandemi Covid-19 Di Indonesia," *Jurnal Studi Manajemen* 06, No.02 (2020): 3.

¹³ Keputusan Presiden (KEPPRES) "Penetapan Bencana Nonalam Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (COVID19)." <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/135718/keppres-no-12-tahun2020>

¹⁴ World Health organization 2020. Corona Virus. https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1

Didapati pula diantaranya mengalami dampak penurunan penjualan dan mengalami ketidak pastian dalam memperoleh akses dana darurat sehingga kebanyakan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami penurunan pendapatannya yang sangat drastic.¹⁵

Hal tersebut terbukti bahwa banyaknya Umkm yang terdampak pandemic Covid-19 mendaftarkan dirinya ke Dinas Koperasi dan Umkm Provinsi Lampung untuk mendapatkan bantuan dari pemerintah (bansos) berupa bantuan tambahan modal usaha. Berikut data Umkm di provinsi lampung yang terkena dampak pandemic Covid-19:

Tabel 1.1
UMKM yang terdampak pandemic Covid-19 di Provinsi Lampung

No	Kabupaten/Kota	Jumlah UMKM
1	Bandar Lampung	9.026
2	Tulang Bawang	231
3	Tulang Bawang Barat	1.825
4	Lampung Utara	18.326
5	Pesawaran	5.715
6	Lampung Selatan	1.854
7	Way Kanan	1.257
8	Mesuji	5.540
9	Pesisir Barat	6.465
10	Lampung Tengah	4.316

¹⁵ Alex Sarmigi, "Analisis Pengaruh Covid-19 Terhadap perkembangan Umkm Dikabupaten Krinci," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas IAIN 1*, No.1 (2020): 3.

11	Metro	3.758
12	Lampung Barat	3.823
13	Lampung Timur	17.365
14	Pringsewu	3.742
15	Tanggamus	11.189

Sumber: Dinas Koperasi dan Ukm Provinsi Lampung

Menurut data Dinas Koperasi dan Ukm Provinsi Lampung diatas tercatat sebanyak 94.432 pelaku Umkm di provinsi Lampung telah mendaftarkan dirinya untuk memperoleh bantuan dari pemerintah berupa modal usaha, Banpres Produktif Usaha Mikro atau BPUM. Pemerintah memberikan bantuan senilai 2,4 juta untuk menjaga keberlangsungan Umkm di masa pandemic Covid-19. Dengan adanya pandemi COVID-19 ini, maka pemerintah memberikan bantuan kepada pelaku UMKM khususnya di bidang usaha mikro, dimana bantuan ini diberikan untuk menjadi modal usaha bagi pelaku usaha mikro dan juga sebagai bentuk apresiasi serta membangkitkan kembali semangat para pelaku usaha mikro agar mereka tidak putus asa dalam mencari nafkah.

Dalam rangka mendorong tumbuhnya pusat hilirisasi dari produk-produk UMKM yang berbasis komoditas unggulan Lampung, maka Pemerintah Provinsi Lampung menginisiasi membangun UMKM Center yang akan menjadi pusat promosi, edukasi dan pemasaran bagi produk-produk UMKM unggulan dari 15 Kab/Kota se-Provinsi Lampung di kota Bandar Lampung. Tujuan berdirinya UMKM ini untuk mempermudah customer mencari pusat oleh-oleh khas Lampung, pusat informasi dan promosi produk-produk unggulan UMKM yang ada di Provinsi Lampung, membangkitkan usaha produk UMKM sekaligus pemasaran produknya, meningkatkan perekonomian daerah melalui peran UMKM sebagai salah satu pelaku ekonomi masyarakat, untuk meningkatkan pendapatan usaha UMKM, tersentralisasinya pemasaran produk UMKM se Provinsi

Lampung, adanya persaingan produk secara kompetitif dan peningkatan daya saing bagi pelaku UMKM.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu andalan utama bagi ketahanan ekonomi sebuah negara. Terbukti di masa krisis dengan bertumbuhannya banyak usaha konglomerasi yang dililit hutang luar negeri, usaha kecil menengah terutama yang berorientasi ekspor justru meraup keuntungan yang luar biasa.¹⁶ Kurangnya kemampuan manajerial dan minimnya keterampilan pengoprasian dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran merupakan hal yang mendasar selalu dihadapi oleh UMKM dalam merintis sebuah usaha bisnis untuk dapat berkembang.¹⁷ Tingginya pengaruh digital marketing kini merupakan strategi pemasaran yang lebih prospektif karena para calon pelanggan potensial mulai membeli produk melalui internet¹⁸ Dengan menggunakan digital marketing proses transaksi lebih mudah dan murah karena media komunikasi hanya mengeluarkan biaya pulsa untuk mendukung komunikasi. Media promosi yang paling baik karena bisa menampilkan dan berbagi gambar lewat media ke komunitas dan masyarakat. Update informasi dapat dilakukan setiap waktu. Dan yang paling penting peningkatan volume penjualan rata-rata 100%.¹⁹

Media sosial merupakan sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan. Media sosial dapat dikatakan sebagai gerbang pembuka sebuah usaha untuk meluncur di dunia maya untuk menjangkau lebih luas target market yang sulit dijangkau dalam dunia nyata. Efek kecepatan dalam penyebaran informasi

¹⁶ Idris Yanto Niode, "Sektor UMKM di Indonesia: Profil, Masalah, dan Strategi Pemberdayaan," *Jurnal kajian Ekonomi dan Bisnis* 2, No.1 (2009): 1-10. issn 1979-1607. <http://repository.ung.ac.id/get/kms/9446/jurnal-sektor-umkm-di-indonesia-profit-masalah-dan-strategi-pemberdayaan.pdf>.

¹⁷ Yuli Rahma Suci, "Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah cano Ekonomi* 6, No.1 (2017): 57. <https://journal.upp.ac.id/index.php/cano/article/view/627>

¹⁸ Akh. Fawaid, "Pengaruh Digital Marketing System, Terhadap Daya Saing Penjualan Susu Kambing Etawa," *Iqtishadia Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4, No. 1 (2017): 117. <https://10.19105/iqtishadia.v4i1.1134>

¹⁹ Theresia Pradiani, "Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan," *JIBEKA* 11, No.2 (2017): 52.

merupakan keunggulan yang dapat diperoleh dengan memanfaatkan media sosial. Tidak hanya itu, hal-hal yang disampaikan melalui media sosial juga memiliki kekuatan yang shareabl dengan mudah. Bahkan feedback dari khalayak juga dapat dengan segera dilihat serta dianalisis untuk kemajuan market yang bersangkutan. Selain biaya yang murah dan tidak perlu keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih (engage) calon konsumen.²⁰

Penggunaan teknologi digital telah memengaruhi semua aspek kegiatan manusia, termasuk pemasaran. Pemasaran berbasis digital digunakan untuk memperoleh konsumen, membangun preferensi mereka, promosi merek, memelihara konsumen, serta meningkatkan penjualan yang pada akhirnya meningkatkan profit. Digital marketing memungkinkan pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet, dan memungkinkan penjual untuk memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon pembeli tanpa batasan waktu dan geografis. Digital marketing juga merupakan cara komunikasi dua arah yang dapat menimbulkan awareness dan engagement sering digunakan untuk digital marketing.²¹ Para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut.²²

Namun dengan semakin majunya teknologi pada era globalisasi ini tidak menutup kemungkinan untuk pelaku usaha tidak bermain curang. Dengan persaingan yang begitu tinggi para

²⁰ Ascharisa Mettasatya Afrilia, "Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran "Waroeng Ora Umum" Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen," *JURKOM 1*, No.1 (2018): 156. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.21>

²¹ Dedi Purwana ES, Rahmi & Shandy Aditiya "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit," *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani 1*, No.1 (2017): 14-15. <https://doi.org/10.21009/JPM.001.1.01>.

²² R.J. Naimah, M. W. Wardana, R. Haryanto, and A. Pebrianto, "Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM," *J. IMPACT ImplementAction 2*, No. 2, (2020): 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>

pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam memasarkan produknya. Akibatnya, sesama pelaku bisnis sering berbenturan kepentingannya. Menghadapi kecenderungan tersebut, Al-Qur'an relatif banyak memberikan garis-garis dalam kerangka penambahan bisnis yang menyangkut semua pelaku ekonomi tanpa membedakan kelas.²³ Seorang pengusaha dalam pandangan etika bisnis Islam bukan sekedar mencari keuntungan melainkan keberkahan yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar, ini berarti yang harus diraih oleh seorang dalam melakukan bisnis tidak sebatas keuntungan materil (duniawi) tetapi yang lebih penting adalah keuntungan immateril (spiritual).²⁴ Keberhasilan bisnis dipengaruhi oleh pelaku bisnis dalam beretika. Karena dalam pemasaran produk tentu diperlukan pelaku-pelaku bisnis yang jujur, adil, sehingga keberadaan bisnis bisa saling menguntungkan, bukan keberuntungan sepihak melainkan keduanya dalam hal ini yaitu antara penjual dan pembeli yang saling membutuhkan.²⁵

Dalam Islam berbisnis melalui online diperbolehkan selagi tidak terdapat unsur-unsur riba, kezaliman, monopoli dan penipuan. Jual beli adalah bentuk dasar dari kegiatan ekonomi manusia dan merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan, Rasulullah S.A.W sendiri pun telah menyatakan bahwa 9 dari 10 pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang. Rasulullah S.A.W mengisyaratkan bahwa jual beli itu halal selagi suka sama suka (Antaradhin). Karena jual beli online memiliki dampak positif karena dianggap praktis, cepat dan mudah. Pada hakikatnya, Islam adalah agama yang mengajarkan nilai-nilai etik, moral dan spiritual yang berfungsi sebagai pedoman hidup di segala bidang bagi para pemeluknya, tak

²³ T. Pradiani, "Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan," *Jurnal Ilmu Bisnis dan Ekonomi. Asia 11*, No. 2, (2018): 46–53, <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>

²⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teori Dan Praktis* (Malang: UIN Malang Press Anggota IKAPI, 2008), 95.

²⁵ Hasan Aedi, *Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Cet. Ke. I. (Bandung: Alfabeta, 2011), 7.

terkecuali bidang ekonomi. Banyak sekali ajaran Islam yang mendorong agar umatnya mau bekerja keras untuk mengubah nasibnya sendiri, berlaku jujur dalam berbisnis, mencaruisaha dari tangannya sendiri, berlomba-lomba dalam kebaikan.²⁶ Allah SWT telah berfirman dalam Al-Quran tentang berdagang agar tidak hanya mendapat untung dan tidak merugikan satu sama lain. Seperti yang tertera dalam Surah An Nisa [4] ayat 29 Sebagai berikut:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا ۙ لَا تَاْكُلُوْا اٰمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ ۙ اِلَّا اَنْ
 اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۙ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۙ اِنَّ
 اِلٰهًا كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”* (QS. An-Nisa [4]: 29)

Dalam ayat diatas dijelaskan bahwa muslim diperbolehkan mencari nafkah dengan cara jual beli, akan tetapi harus dilakukan sesuai dengan hukum Islam, yaitu harus dengan saling rela, tidak boleh menipu, dan tidak boleh ada salah satu pihak yang dirugikan. Adapun yang dimaksud dengan cara-cara yang batil adalah cara-cara usaha ekonomi yang diharamkan agama, missal praktik ribawi, perjudian, penipuan, dan lain-lain. Al-quran hanya memperbolehkan orang-orang beriman untuk melakukan usaha ekonomi dengan cara-cara yang halal saja. Terutama melalui bentuk usaha ekonomi yang dilakukan atas dasar saling rela antara pihak yang melakukan transaksi, seperti jual beli yang dihalalkan oleh Allah SWT. Islam tidak pernah melarang umatnya untuk menjadi kaya. Dalam sebuah hadist Rasulullah SAW bersabda, “Setiap muslim harus berusaha sekuat tenaga

²⁶ Muhammad Yunus, *Islam Dan Kewirausahaan Inovativ* (Malang: UIN Malang Press, 2008), 9-10.

agar keluar dari kemiskinan dan semakin jauh dari kekufuran” (HR. AtThabrani). Dari ayat Al-Qur’an dan hadist diatas dapat disimpulkan bahwa orang Islam harus kaya, dan memanfaatkan harta kekayaantersebut dijalan yang mulia. Kekayaan bukan milik hak sendiri, melainkan ada hak orang lain didalamnya. Bila dikaitkan dengan Maqasyid Syariah, jelas bahwa dengan pandangan islam, motivasi manusia dalam melakukan aktivitas ekonomi adalah untuk memenuhi kebutuhannya dalam arti memperoleh kemaslahatan dunia dan akhirat. Kebutuhan yang belum terpenuhi merupakan kunci utama dalam suatu proses motivasi. Karena seseorang akan terdorong untuk berperilaku apabila terdapat kekurangan dalam hidupnya.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pemanfaatan Insentif Pajak Dan Pemilihan Platform Digital Pada Keberlangsungan Usaha UMKM Pasca Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Islam (Studi Pada UMKM Pasar Tengah Kota Bandar Lampung)”**.

C. Fokus dan Sub-Fokus Masalah

Untuk memperjelas ruang lingkup yang akan penulis bahas dalam skripsi ini dan agar penelitian ini dapat dikerjakan secara fokus, maka perlu adanya focus penelitian serta batasan-batasan masalah dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Penelitian ini dimaksud untuk mengamati serta menganalisis pemanfaatan insentif pajak dan pemilihan platform digital terhadap keberlangsungan usaha para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pasca Pandemic Covid-19 ini Dalam Perspektif Islam, sebagaimana yang kita ketahui dampak dari pandemic Covid-19 ini sangat dirasakan oleh para pelaku UMKM yang mengakibatkan dalam pemilihan platformdigital ini digunakan pedagang pasar sehingga dapat meningkatkan keberlangsungan usaha.
2. Responden pada penelitian ini adalah para pelaku Usaha MikroKecil dan Menengah yang terkena dampak dari

Pandemic Covid-19 yang ada di Pasar Tengah Kota Bandar Lampung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemanfaatan insentif pajak dan pemilihan platform digital ini dapat digunakan untuk keberlangsungan usaha UMKM pasca pandemic covid-19 di Pasar Tengah Kota Bandar Lampung?
2. Bagaimanakah cara pemanfaatan insentif pajak dan platform digital pada keberlangsungan usaha UMKM di Pasar Tengah Kota Bandar Lampung dalam perspektif Islam?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian berdasarkan permasalahan di atas ialah:

1. Untuk mengetahui apakah insentif pajak dan e-commerce dapat digunakan sebagai keberlangsungan usaha UMKM pasca pandemic covid-19 di Pasar Tengah Kota Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pemanfaatan insentif pajak dan pemilihan platform digital terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Pasar Tengah Kota Bandar Lampung dalam perspektif Islam.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung, adapun manfaat-manfaat tersebut adalah :

1. Sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Akuntansi pada program studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Menambah kajian ilmu pengetahuan dan trefrensi bagi penelitian selanjutnya terutama yang berhubungan dengan materi ekonomi dan kebencanaan khususnya dengan bencana non alam berupa virus yang dapat mempengaruhi

kondisi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) disuatu wilayah terutama yang menyangkut tentang insentif pajak, e-commerce dan keberlangsungan usaha yang dapat digunakan sebagai referensi dan bahan pertimbangan untuk penelitian sejenis.

3. Sebagai bahan evaluasi, saran dan pertimbangan pemerintah Kota Bandar Lampung serta instansi terkait dalam menangani penyebaran covid-19 di para pelaku UMKM maupun masyarakat sekitar secara komprehensif dan juga dalam merumuskan masalah kebijakan yang terkait dengan virus covid-19 dikemudian hari karena hasil penelitian ini dapat diketahui sejauh mana dampak yang dapat ditimbulkan oleh pandemic covid-19 terhadap para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di daerah penelitian.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Kajian terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang dimaksudkan yaitu untuk mengetahui persamaan atau perbedaan dari penelitian terdahulu yang dapat mendukung dan sebagai sumber rujukan dalam penyusunan penelitian ini. Penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian ini, yaitu ***Pemanfaatan Insentif Pajak Dan Pemilihan Platform Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM Pasca Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Islam (Studi Pada UMKM Pasar Tengah Kota Bandar Lampung)***.

Berdasarkan hasil eksplorasi terhadap penelitian-penelitian terdahulu, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Meskipun terdapat keterkaitan pembahasan, penelitian ini masih sangat berbeda dengan penelitian terdahulu. Adapun beberapa penelitian terdahulu tersebut adalah sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmatika Firmansyah dkk (2022) yang berjudul "*pemanfaatan insentif pajak dan pemilihan platform digital terhadap keberlangsungan usaha umkm di era pandemi covid-19*" menyimpulkan bahwa sebagian besar pelaku usaha UMKM mengaku tidak

memahami aturan tentang insentif pajak dan merasa tidak tertarik dalam memanfaatkan insentif ini. Para UMKM juga merasakan kurangnya sosialisasi terkait dengan kebijakan baru ini. Namun, para UMKM sudah menerapkan digitalisasi selama Pandemi Covid-19, tetapi beberapa diantaranya masih belum merasakan penerapan yang optimal dari digitalisasi.²⁷

2. Penelitian yang dilakukan oleh Anisa Yuniar Larasati dan Purwanto (2022) yang berjudul "*Dampak Ekonomi Dari Covid-19 Dan Pemanfaatan Insentif Pajak Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM Kota Cimahi*" menyimpulkan bahwa secara parsial Dampak Covid-19 berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di kota Cimahi, secara parsial pemanfaatan insentif pajak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di kota Cimahi dan secara simultan Dampak Covid-19 dan Pemanfaatan Pajak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di kota Cimahi.²⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Desi Trihastuti dan Nurul Aisyah Rachmawati (2021) yang berjudul "*Efektivitas Insentif Pajak Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kelangsungan UMKM Di Tengah Covid-19*" menyimpulkan bahwasemakin efektif insentif pajak yang diberikan oleh pemerintah dapat meningkatkan kelangsungan UMKM di masapandemi dan meningkatkan kesadaran bagi para pelaku UMKM untuk membayar kewajiban perpajakannya. Pemanfaatan teknologi informasi dapat mempertahankan dan meningkatkan kelangsungan UMKM di tengah pandemi COVID-19. Bagi para pelaku

²⁷ Firmansyah, R., Hasanah, N., & Sumiati, "Pemanfaatan Insentif Pajak dan Pemilihan Platform Digital terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM di Era Pandemi Covid-19," *Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing* 2, No.3 (2021): 517-536.

²⁸ Larasati, Anisa Yuniar & Purwanto, "Dampak Ekonomi Dari Covid- 19 Dan Pemanfaatan Insentif Pajak Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM Kota Cimahi," *JPAK: Jurnal Pendidikan Akuntansi dan Keuangan* 10, No.1(2022): 35-43.

UMKM bahwa teknologi menjadi faktor utama untuk setiap kegiatan di berbagai sektor usaha dengan menggunakan situs penjualan, akun media sosial dan memanfaatkan layanan marketplace pelaku UMKM dapat melakukan berbagai promosi penjualan, berkomunikasi dengan konsumen dan melakukan transaksi penjualan ataupun mendistribusikan produknya sehingga kegiatan usaha di masa pandemi dapat terus berjalan.²⁹

3. Penelitian yang dilakukan oleh Rayna Kartika dan Iswardi (2022) yang berjudul “*Efektivitas Dan Pemanfaatan Insentif Pajak Pada UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19*” menyimpulkan bahwa UMKM telah memahami keberadaan insentif pajak di saat pandemi ini sehingga UMKM dapat memanfaatkan insentif pajak tersebut untuk mengurangi biaya yang harus dikeluarkan. Namun demikian, UMKM masih perlu mendapatkan informasi lebih lanjut tata cara pengajuan insentif pajak tersebut. Dan prosedur pengurusannya. Sejauh ini sosialisasi yang dilakukan oleh pihak yang berwenang masih belum menjangkau stiap lapisan UMKM. Sehingga masih banyak UMKM yang belum mendapatkan informasi terkait dengan insentif pajak baik secara online ataupun offline. UMKM menyatakan bahwa mereka belum mendapatkan sosialisasi terkait dengan insentif pajak ini. Pemerintah dan Dirjen Pajak perlu memberikan sosialisasi kedepannya terkait dengan aturan atau pemanfaatan tidak hanya di media masa atau media social saja. Karena masih banyak keluhan UMKM yang tidak mengerti tentang tata cara dan prosedur insentif pajak ini melalui media massa dan media social.³⁰
4. Penelitian yang dilakukan oleh Ainun Arizah, Khadijah Darwin, dan Nurul Fuada (2022) yang berjudul “*Pemberian*

²⁹ Desi Trihastuti & Nur Aisyah Rachmawati, “Efektivitas Insentif Pajak Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Keberlangsungan UMKM di Tengah Covid-19. *Equity* 24, No.2 (2021): 223-242.

³⁰ Rayna Kartika & Iswardi, “Efektifitas dan Pemanfaatan Insentif Pajak Pada UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19” *JBT: Jurnal Bisnis Terapan* 06, No.01 (2022): 01-10.

Insentif Pajak Bagi Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid- 19” menyimpulkan bahwa Pandemi Covid 19 yang dirasakan UMKM sektor kuliner tersebut membuat mereka juga harus merasakan kesulitan ekonomi. Adanya kebijakan insentif pajak diharapkan memberikan mereka angin segar yang baik untuk usahanya. Informan mengakui selama Pandemi Covid 19, omzet usaha mereka menurun drastis dan di sisi lain mereka sebagai wajib pajak memiliki keharusan membayar pajaknya. Akses informasi yang tidak seterbuka akses informasi lainnya terkait insentif pajak membuat pelaku UMKM tidak mengakses informasi tersebut disaat awal kebijakan tersebut berlaku. Pemanfaatan insentif pajak dari pemerintah dirasakan masih cukup memberatkan pelaku UMKM karena syarat melaporkan laporan realisasi usaha tiap bulannya.³¹

5. Penelitian yang dilakukan oleh Mamik Indaryani, Nita Andriyani Budiman, dan Sri Mulyani (2020) yang berjudul “*Dampak Covid-19 dan Pemanfaatan Insentif Pajak Terhadap Keberlangsungan Usaha pada UMKM Tenun Troso Jepara*” menyimpulkan bahwa dampak Covid-19 berpengaruh negatif terhadap keberlangsungan usaha UMKM Tenun Troso Jepara, sedangkan variabel pemanfaatan insentif pajak berpengaruh positif terhadap keberlangsungan usaha UMKM Tenun Troso Jepara. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah masih rendahnya nilai R² yaitu sebesar 13,2% dan kurangnya sampel penelitian karena pada saat penelitian Kabupaten Jepara sedang berada di zona merah Covid-19 dan para pelaku UMKM Tenun Troso Jepara banyak yang belum mengerti teknologi. Agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi, maka saran dalam penelitian ini adalah penambahan variabel independen lainnya, seperti kondisi keuangan.³²

³¹ Ainun, dkk., “Pemberian Insentif Pajak Bagi Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Akuntansi dan Pajak* 23, No.1 (2022): 1-9.

³² Mamik, dkk. 2020. Dampak Covid-19 dan Pemanfaatan Insentif Pajak Terhadap Keberlangsungan Usaha Pada UMKM Tenun Troso Jepara. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 9(3), 276-285.

H. Metode Penelitian

Mengingat pentingnya metode dalam penelitian, makadalam usaha menyusun skripsi ini digunakan cara berfikir dalam rangka membahas pokok-pokok permasalahan yang dirumuskan agar penelitian ini dapat terlaksana secara objektif ilmiah dan mencapai hasil yang optimal. Untuk itu dapat diperhatikan beberapahal berikut :

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Untuk jenis penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian yaitu penelitian lapangan (field research). Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan sesuatu unit social, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.³³ Penelitian lapangan dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lapangan yang berkenan dengan para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) atau pedagang yang berada di Kota Bandar Lampung.

Selain penelitian lapangan, penelitian ini juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*) sebagai pendukung dalam melakukan penelitian. *Library research* dilakukan dengan cara membaca, menelaah, serta mencatat bahan dari berbagai literatur, seperti buku, jurnal, undang-undang, Al-Qur'an, al-hadist serta literatur lainnya yang mempunyai relevansi dengan permasalahan yang akan di kaji dalam penelitian ini.

b. Sifat Penelitian

Dalam pembahasan penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang masih bersifat sementara dan akan dikembangkan atau berganti setelah peneliti berada di lapangan.³⁴ Yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah prosedur

³³ Cholid Narbuko dan Abu Achmad, *Metodelogi Penelitian*, Cet. 12 (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 47.

³⁴ Margono, *Metodelogi Penelitian Pendidikan*, Cet. ke IV (Jakarta: Rhineka Cipta, 2004), 35.

penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan uraian dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dengan kata lain deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data, juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi. Dengan demikian, penelitian ini akan mendeskripsikan secara detail mengenai bagaimana pemanfaatan insentif pajak dan pemilihan platform digital terhadap keberlangsungan usaha UMKM pasca pandemic covid-19.

2. Sumber Data

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini akan menggunakan data sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data dalam bentuk variable atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik pelaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variable yang diteliti.³⁵ Hal ini, data primer yang diperoleh oleh peneliti bersumber dari pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau pedagang yang di wawancarai secara langsung di Pertokoan Pasar Tengah Bandar Lampung. Data ini merupakan data utama yang penulis gunakan untuk mencari informasi mengenai pemanfaatan insentif pajak dan pemilihan platform digital terhadap keberlangsungan usaha UMKM di era pandemic covid-19.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang terlebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang atau instansi diluar dari penelitian sendiri walaupun yang dikumpulkan itu sesungguhnya data asli. Sumber data sekunder dalam

³⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rhineka Cipta, 2013), 22.

penelitian ini meliputi sumber-sumber yang dapat memberikan data pendukung seperti buku, dokumen, maupun arsip serta seluruh data yang berhubungan dengan penelitian ini.³⁶

Data sekunder yang diperoleh peneliti dari Al-Qur'an, Hadist, buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan permasalahan yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁷ Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek/objek itu. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Pasar Tengah Kota Bandar Lampung, akan diperinci pada table dibawah ini :

Tabel 1.2
Data UMKM Kota Bandar Lampung Bulan Desember
Perkecamatan Tahun 2021

NO.	Kecamatan	Usaha Mikro (0 s/d Rp50.000.000)	Usaha Kecil (>Rp50.000.000 s/d Rp500.000.000)	Usaha Menengah (>Rp500.000.000 s/d Rp10.000.000.000)	Jumlah UMKM (Unit)
1	Tanjung Karang Pusat	3.132	893	342	4.369

³⁶ Moh Pabundu Tika, *Metode Riset Bisnis* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006).

³⁷ Ibid

2	Tanjung Karang Timur	1.762	714	246	2.722
3	Tanjung Karang Barat	1.659	795	241	2.695
JUMLAH		6.553	2.402	829	9.776

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Tujuan penentuan sampel ialah untuk memperoleh keterangan mengenai objek penelitian dengan cara mengamati hanya sebagian dari populasi, suatu redaksi terdapat jumlah objek peneliti. Tujuan lain dari penentuan sampel ialah untuk menemukakan dengan tepat sifat-sifat umum dari populasi dan untuk menarik generalisasi dari hasil penyelidikan.³⁸ Jadi yang dimaksud dengan sampel adalah wakil yang telah dipilih untuk mewakili populasi. Sampel ini merupakan cerminan dari populasi yang sifat-sifatnya akan di ukur dan mewakili populasi yang ada. Dengan adanya sampel ini maka proses penelitian akan lebih mudah dan sederhana. Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah dengan metode purposive sampling. Purposive sampling adalah Teknik pemilihan sampel dengan mempertimbangkan syarat tertentu.³⁹ Alasan penulis memilih purposive sampling yaitu agar dapat sampel bersifat representative dari penelitian ini harus memiliki kriteria dan pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan

³⁸ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Cet. VII (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 55.

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, ed. Setiayawami (Bandung: ALFABETA, 2018).

atau kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

- 1) UMKM yang telah terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung.
- 2) UMKM yang ada di wilayah Pasar Tengah Kota Bandar Lampung.
- 3) UMKM yang memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan untuk penelitian seperti alamat, jenis usaha, dan lain-lain.
- 4) UMKM yang telah mendapatkan insentif pajak PPh Final selama pandemic Covid-19.
- 5) UMKM yang memiliki penghasilan >Rp50.000.000 s/d Rp500.000.000

Berdasarkan data diatas dan kriteria yang telah ditetapkan, populasi sebesar 2.402 UMKM di 3 Kecamatan Kota Bandar Lampung. Peneliti menetapkan untuk sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 25 UMKM yang berada di Pasar Tengah.

4. Metode Pengumpulan Data

Teknik yang akan digunakan dalam pengumpulan data baik Primer maupun Sekunder dilakukan dengan suatu penelitian secara seksama, yaitu dengan cara:

a. Observasi

Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan secara sengaja dan sistematis mengenai fenomena-fenomena social dengan gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Observasi sebagai alat pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan secara spontan dan dapat pula dengan daftar isian yang telah disiapkan sebelumnya. Selanjutnya data yang telah dikumpulkan diolah dan di analisis secara deskriptif kualitatif yakni dengan menyajikan data secara terperinci kemudian melakukan interpretasi teoritis sehingga

mendapatkan gambaran suatu penjelasan dan kesimpulan yang memadai.⁴⁰

Dengan menggunakan metode ini, peneliti berusaha untuk mengamati permasalahan-permasalahan yang berkaitan dengan kondisi para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini, peneliti mengamati bagaimana Kemampuan para pelaku UMKM yang berada di Pasar Tengah Kota Bandar Lampung untuk mencapai tujuan bisnis dan meningkatkan nilai jangka panjang serta bisa konsisten dan stabil meningkatkan performa bisnisnya di era pandemic Covid-19 ini, dan strategi apa yang dilakukan para Pelaku Umkm untuk meningkatkan pendapatannya di masa Pandemi Covid-19.

b. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan penulis guna mendapatkan data berupa keterangan lisan, semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi.⁴¹ Menurut Yunus (2010) agar wawancara efektif, maka terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui seperti pengenalan diri, menjelaskan maksud kedatangan, menjelaskan materi wawancara serta mengajukan pertanyaan. Teknik wawancara yang diarahkan pada suatu masalah yang menjadi pusat penelitian akan menghasilkan informasi secara langsung dan mendalam sebagai data primer. Wawancara mendalam sebagai data primer. Wawancara mendalam ini dilakukan dengan informan yang dianggap memiliki kriteria yang cukup dari yang sudah ditentukan.

Disini peneliti mengadakan wawancara kepada para pedagang, konsumen, dan instansi terkait dengan pasar tradisional tersebut mengenai kondisi para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di masa Pandemi Covid-19

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, ed. Setiyawami (Bandung: ALFABETA, 2018), 70.

⁴¹ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), 64.

dan juga Kemampuan para pelaku Umkm yang berada di PasarTengah Kota Bandar Lampung untuk mencapai tujuan bisnis dan meningkatkan nilai jangka panjang serta bisa konsisten dan stabil meningkatkan perfoma bisnisya dimasa pandemic Covid-19 ini, strategi apa yang dilakukan para Pelaku Umkm untuk meningkatkan pendapatannya di era Pandemi Covid-19.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah metode pencarian data mengenai catatan, dokumen, transkrip, buku-buku, surat kabar, majalah-majalah, notulen rapat atau agenda-agenda. Data-data tersebut bersifat tidak terbatas pada ruang dan waktu. Dengan adanya dokumentasi diharapkan dapat memperkaya teori, pendapat serta pemikiran terkait dengan strategi yang dilakukan para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan keberlangsungan usahadi era Pandemi Covid-19 saat ini.

5. Teknik Analisis Data

Pada dasarnya proses menganalisis data dapat dimulai dari proses menelaah data secara keseluruhan yang sebelumnya sudah disediakan dari berbagai macam sumber, baik itu pengamatan, wawancara ataupun catatan lapangan data yang lainnya.⁴²

Analisa data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dimana mendiskripsikan atau menggambarkan tentang masalah yang ada, kemudian menganalisisnya dan dilakukan sebelum memasuki lapangan. Analisis data ini menjadi salah satu pegangan dalam penelitian. Metode ini digunakan peneliti untuk mendeskripsikan menggambarkan dan menjelaskan secara jelas tentang kondisi para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di masaPandemi Covid-

⁴² Azhariah Rahman, *Analisis dan interpretasi data kualitatif serta pemeriksaan keabsahan data*, (On-Line) tersedia di: <http://www.academia.edu>. (29 September 2022)

19 yang terjadi saat ini, dan bagaimana kemampuan para pelaku Umkm yang berada di Pasar Tengah Kota Bandar Lampung untuk mencapai tujuan bisnis dan meningkatkan nilai jangka panjang serta bisa konsisten dan stabil meningkatkan performa bisnisnya dimasa pandemic Covid- 19 ini, lalu strategi apa yang dilakukan para Pelaku Umkm untuk meningkatkan pendapatannya di masa Pandemi Covid-19. data hasil analisis menggunakan angka-angka, dan dideskripsikan berdasarkan data hasil wawancara dan observasi dirangkung, dipilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting. Kemudian data disajikan dan langkah berikutnya data dianalisis dan dapat ditarik kesimpulannya.

6. Teknik Pengolahan Data

Data yang sebelumnya sudah dikumpulkan kemudian diolah, yang dimaksud dengan pengolahan data yaitu dengan menimbang, menyaring, mengatur serta mengklasifikasikan. Menimbang serta menyaring data merupakan kegiatan yang dilakukan dengan benar-benar memilih secara hati-hati sebuah data yang relevan, tepat serta berkaitan sesuai dengan masalah yang tengah diteliti. Mengatur serta mengklasifikasikan biasa disebut juga dengan menggolongkan, menyusun menurut sebuah aturan tertentu. Pada umumnya pengolahan data dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Pemeriksaan data (*editing*), merupakan kegiatan mengoreksi kembali data-data yang terkumpul apakah sudah cukup lengkap, benar dan sesuai atau relevan dengan masalah.
- b. Penandaan data (*coding*), yaitu memberikan catatan atau tanda yang menyatakan jenis sumber data, pemegang hak cipta, atau urutan rumusan masalah.
- c. Rekomendasi data (*reconstructing*), merupakan kegiatan menyusun data secara teratur dan berulang, sehingga mudah dimengerti.

- d. Sistematisasi data (*systematizing*), yaitu mendapatkan data menurut kerangka sistematika bahasan berdasarkan pada urutan masalah.⁴³

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam karya ilmiah yang berjudul **“Pemanfaatan Insentif Pajak Dan Pemilihan Platform Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM Pasca Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Islam (Studi Pada UMKM Pasar Tengah Kota Bandar Lampung)”** ini berisi tentang keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, untuk dapat mempermudah pembahasan dan penulisan skripsi ini terlebih dahulu penulis uraikan sistematika penelitian sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Bagian awal pada penulisan tugas akhir ini terdiri dari sampul depan, halaman sampul bagian dalam, abstrak, pernyataan orisinalitas, persetujuan, pengesahan, motto, persembahan, Riwayat hidup, kata pengantar, daftar isi, daftar table, daftar gambar, dan daftar lampiran.

2. Bagian Substansi (Inti)

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, **focus dan sub-fokus** penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, dan metode penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori yang berhubungan dengan variable penelitian dan diambil dari beberapa kutipan (buku, jurnal, karya ilmiah, lainnya, beserta Al-Qur'an dan Hadist), berupa teori-teori regulasi, pajak, platform digital, keberlangsungan usaha, UMKM baik secara konvensional maupun dalam perspektif islam.

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

⁴³ Abdul Kadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian* (Bandung: Cipta Aditya Bakti, 2004), 126.

Bab ini berisikan deskripsi objek penelitian, diantaranya adalah gambaran umum objek penelitian, penyajian fakta dan data penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

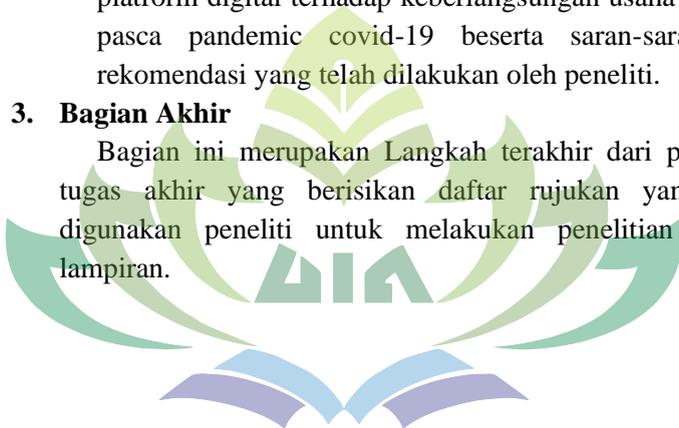
Bab ini berisikan gambaran mengenai analisis data penelitian dan temuan penelitian. Meliputi apakah insentif pajak dan penggunaan platform digital terhadap keberlangsungan usaha UMKM pasca pandemic covid-19.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian ini mengenai pemanfaatan insentif pajak dan platform digital terhadap keberlangsungan usaha UMKM pasca pandemic covid-19 beserta saran-saran atau rekomendasi yang telah dilakukan oleh peneliti.

3. Bagian Akhir

Bagian ini merupakan Langkah terakhir dari penulisan tugas akhir yang berisikan daftar rujukan yang telah digunakan peneliti untuk melakukan penelitian beserta lampiran.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Pemanfaatan insentif pajak dan pemilihan platform digital ini ternyata tidak dapat menunjang keberlangsungan usaha para UMKM yang berada di pasar tengah Kota Bandar Lampung pasca Covid-19. Hal ini dibuktikan ke 25 informan mengaku tidak memanfaatkan fasilitas insentif pajak yang diberikan oleh pemerintah selama pasca Covid-19. Alasan yang paling dominan adalah karena kurangnya sosialisasi yang diberikan kepadapara UMKM di pasar tengah kota Bandar Lampung (61%). Sisanya adalah karena tidak mendapatkan informasi dan tidak memahami aturan-aturan pajak. Namun, terdapat 5 informan yang mengaku mendapatkan informasi (18%), namun 5 informan mengaku tidak tertarik setelah mendapatkan informasi tersebut (19%). Selanjutnya, terdapat 17 informan yang memahami kebijakan baru mengenai Insentif Pajak ini (17%). Dari sisi pemerintah sendiri insentif pajak memberikan keringanan bagi para UMKM di masa pasca Covid- 19, hal ini berupa pembayaran pajak yang ditanggungoleh pemerintah, maka dari itu para UMKM tidak perlu membayar pajak UMKM. Namun, fasilitas kebijakan yang diberikan oleh pemerintah melalui insentif pajak ini yang dapat dirasakan oleh sebagianbesar UMKM hanya PPh UMKM DitanggungPemerintah (DTP). Bagi para UMKM fasilitas ini tidak begitu memberikan manfaat karena hanya dapat dimanfaatkan setahun sekali saja. Para UMKM membutuhkan bantuan setiap bulannya atau dengan jangka waktu yang lebih dekat guna mempertahankan usaha mereka. Pemanfaatan insentif pajak akhirnya dirasa masih belum menunjang keberlangsungan usaha bagi para UMKM karena mayoritas UMKM merasakan masih kurangnya sosialisasi langsung yang diberikan oleh pemerintah. Akhirnya, banyak UMKM yang

memanfaatkan beberapa bantuan- bantuan lain dari pemerintah, salah satunya adalah Bantuan Langsung Tunai yang membantu penjualan para UMKM diakibatkan omset mereka yang menurun.

2. Cara pemanfaatan insentif pajak dan platform digital pada keberlangsungan usaha UMKM di Pasar Tengah Kota Bandar Lampung dalam perspektif Islam yaitu pemanfaatan insentif pajak yang legal dan sesuai dengan aturan yang berlaku dapat dianggap sebagai bentuk kepatuhan terhadap hukum dan tanggung jawab sosial bagi pelaku usaha. Selain itu, penggunaan platform digital menjadi alternatif yang signifikan bagi UMKM dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi pemasaran. Dalam perspektif Islam, penggunaan teknologi dan platform digital dapat dianggap sah selama tidak melanggar etika dan prinsip-prinsip Islam, seperti menghindari konten dan praktik yang diharamkan. Oleh karena itu, pendekatan yang bijak dalam mengoptimalkan insentif pajak dan platform digital sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi keberlangsungan dan keberkahan usaha UMKM di pasar tengah Kota Bandar Lampung. Platform digital yang menjadi pilihan sebagian besar informan adalah Shopee yang digunakan oleh 13 informan (50%), selanjutnya Tokopedia yang digunakan oleh 5 informan (20%), Instagram yang digunakan oleh 4 informan (14%), dan sisanya adalah Lazada yang digunakan oleh 2 informan (7%).

B. Rekomendasi

Rekomendasi yang dapat peneliti berikan kepada peneliti selanjutnya adalah diharapkan dapat mengambil sampel informan yang lebih banyak lagi, khususnya bagi Usaha Menengah, lalu diharapkan dapat melakukan penelitian yang berkelanjutan agar dapat memahami perkembangan UMKM selanjutnya pasca Covid-19 ini serta melanjutkan penelitian yang berfokus pada

keberlangsungan usaha para UMKM agar dapat menjadi penjelasan yang lebih luas lagi.



DAFTAR RUJUKAN

Buku

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rhineka Cipta. 2013.
- Bank Indonesia dan Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: Bank Indonesia. 2015.
- Barusman, dkk. *Dampak dan Penanganan Covid-19 Dalam Perspektif Multidisiplin*. Lampung: UBL Press. 2020.
- Kementerian Keuangan. *Peraturan Menteri Keuangan Nomor 114/PMK.03/2022 Tentang Insentif Pajak Untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Disease 2019*. Jakarta: Sekretariat Negara. 2022.
- Kuswiratno. *Memulai Usaha Itu Gampang!*. Jakarta: VisiMedia. 2016.
- Manullang, M. *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Gajah mada Press. 2012.
- Mardalis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Cat VII. Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Mardiasmo. *PERPAJAKAN, ed. Maya, XIX*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET. 2018.
- Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Cet ke IV. Jakarta: Rhineka Cipta. 2004.
- Muhammad, Abdul Kadir. *Hukum dan Penelitian*. Bandung: Cipta Aditya Bakti. 2004.
- Republic Indonesia, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta. 2015.

Tika, Moh Pabundu. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Akasara. 2006.

Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T.P., & Turban, D.C. *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective (8th Editio)*. Springer. 2015.

Wahjono, Sentot Imam. *Manajemen Tata Kelola Organisasi Bisnis*. Jakarta: PT Indeks. 2008.

Yusuf, Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Gabungan Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana. 2017.

Jurnal Ilmiah

Achmad, Z, A., Azhari, T, Z., Esfandiar, W, N., Nuryaningrum, N., Syifana, A, F, D., & Cahyaningrum, I. "Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik". *Jurnal Ilmu Komunikasi 10*, no. 1 (2020): 18-31.

Ainun, dkk. "Pemberian Insentif Pajak Bagi Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19". *Jurnal Akuntansi dan Pajak 23*, no. 1 (2022): 1-9.

Amri, Andi. "Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia". *Jurnal Brand 2*, no. 1 (2020): 123-130.

Azizah, dkk. "Strategi UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Selama Pandemi Covid-19 Pada Masa New Normal". *Economics Journal of Economic 5*, no. 1 (2020): 46-62.

Bandiyono, Agus. "Peran Insentif Pajak Di Masa Pandemi Bagi UMKM "Dayana Galery". *Jurnal KUAT: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan 3*, no. 2 (2021): 89-94.

Ginting, Natanael & Ferry, Irawan. "Tinjauan Kebijakan Insentif Pajak Di Masa Pandemi Covid-19 Berdasarkan Fungsi Budgetair Dan Regulerwnd Pajak". *Hermeneutika: Jurnal Ilmu Hukum 6*, no. 1 (2022): 1-17.

Kartika, Rayna & Iswardi. "Efektifitas dan Pemanfaatan Insentif Pajak Pada UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19". *JBT: Jurnal*

Bisnis Terapan 6, no. 1 (2022): 1-10.

Mamik, dkk. “Dampak Covid-19 dan Pemanfaatan Insentif Pajak Terhadap Keberlangsungan Usaha Pada UMKM Tenun Troso Jepara”. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 9, no. 3 (2020): 276-285.

Rahmatika, dkk. “Pemanfaatan Insentif Pajak Dan Pemilihan Platform Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM di Era Pandemi Covid-19”. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan, dan Auditing* 2, no. 3 (2022): 517-536.

Rahyono & Alansori, Apip. “Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM Dan Masyarakat di Kelurahan Sukarame Bandar Lampung “. *Community Development Journal* 2, no. 1 (2021): 100-104.

Suci, Yuli Rahmini. “Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia”. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 6 no. 1 (2017): 7.

Trihastuti, Desi & Rachmawati, Nur Aisyah. “Efektivitas Insentif Pajak Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Keberlangsungan UMKM di Tengah Covid-19”. *Equity* 24 no. 2 (2021): 223-242.

Vincentius, dkk. “Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pendekatan Pemberdayaan Ekonomi Rakyat”. *Jurnal Cafeteria* 3, no.1 (2022): 24-35.

Widyastuti, Eka & Darma, Sri Gede. “Persepsi Wajib Pajak UMKM Pada Pemanfaatan Insentif Pajak”. *Monex-Journal of Accounting Research* 1, no. 2 (2022): 214-231.

Y, Agustina., A, Rahman & Filianti. “Insentif Pajak: Solusi Tepat Bagi UMKM di Masa Pandemi COVID-19”. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 2 (2021): 149-155.

Yuniar, Anisa Larasati & Purwanto. “Dampak Ekonomi Dari Covid-19 Dan Pemanfaatan Insentif Pajak Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM Kota Cimahi”. *JPAK: Jurnal Pendidikan Akuntansi dan Keuangan* 10, no. 1 (2022): 35-43.

Artikel/ Skripsi/ Tesis

- Hanafi, Habib, dkk. *“Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Website UB Terhadap Sikap Pengguna Dengan Pendekatan TAM”*. Artikel diakses pada tanggal 01 Oktober 2022 dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>.
- Handayani, Niken. *“Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Keterkaitan Hubungan Modal Sosial Dengan Keberlangsungan Usaha Pengusaha Batik di Kampung Kauman, Kelurahan Kauman, Kecamatan Pasar Kliwon, Surabaya”*. Laporan Penelitian Individual, Surakarta: Universitas Sebelas Maret (2007): 47.
- Muksin, Herlina. *“Strategi UMKM Dalam Menghadapi Pasar Di Era Pandemi Covid-19 (UMKM Dalam Bidang Kuliner Di Seputaran Gomong Mataram)”*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Mataram (2021): 1-70.
- Rizki, Utia Elja. *“Penerapan E-Commerce Dalam Penguatan Daya Saing Usaha Melalui StartUp (Studi Kasus Perusahaan GPS Medan)”*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. (2021): 1-113.
- Safitri, Siti Ruvy Maywulan. *“Efektivitas Insentif Pajak UMKM Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Wilayah KPP Pratama Malang Utara”*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (2021): 1-78.
- Saphira, Aisyah Dinda. *“Pengaruh Insentif Pajak Terhadap Kinerja Dan Pertumbuhan UMKM Di Kota Semarang Selama Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada UMKM Kota Semarang)”*. Skripsi. Universitas Islam Sultan Agung Semarang (2021): 1-119.
- mSara, Kartika Dwi. *“Peran Kewirausahaan Dan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM Dalam Perspektif Islam (Studi Kota Surabaya)”*. Skripsi. Universitas Wijaya Putra Surabaya (2020): 1-133.
- Susanti, Susi. *“Optimalisasi Strategi Green Product Terhadap Perkembangan UMKM Di Bandar Lampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Dinas Koperasi dan UKM Kota*

Bandar Lampung)”. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (2017): 1-135.

Wawancara

Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Wawancara pribadi dengan Elia Maulifah. 21 Januari 2023.

Internet

Aziz, F. “E-Commerce Dalam Pandangan Islam”. Diakses pada tanggal 09 Januari 2023 dari <http://fahmilaziz.blogspot.com/2012/06/e-commerce-dalam-pandangan-islam.html>.

Rachmawati, Ridha. “Perkembangan UMKM Di Indonesia”. Diakses Pada tanggal 26 Desember 2022 dari <http://ridharacmawati.blogspot.com>.

Rahman, Azhariah. “Analisis dan Interpretasi Data Kualitatif Serta Pemeriksaan Keabsahan Data, (On-Line) tersedia di <http://www.academia.edu>. (29 September 2022).

World Health Organization .2020
<http://www.who.int/emergencies/disease/novel-coronavirus-2019>.

