

# Dampak E-Commerce dan Digitalisasi Perpajakan Terhadap Kinerja UMKM yang Dimoderasi Insentif Pajak

Frialdo Etanim

Program Studi Akuntansi, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta  
[frialdoetanim@gmail.com](mailto:frialdoetanim@gmail.com)

## Abstract

*This study has a goal, namely (1) to determine the effect of using E-commerce on the performance of UMKM during the covid 19 period in West Jakarta (2) To determine the effect of digitalization of taxation on the performance of UMKM during the Covid 19 period in West Jakarta (3) To determine the effect of incentives taxes during covid 19 on the performance of UMKM during the covid-19 period in West Jakarta, (4) to find out the use of E-commerce on the performance of UMKM in West Jakarta with taxpayer incentives during covid 19 as a moderating variable, and (5) to determine the effect of digitalization taxation on the performance of UMKM in West Jakarta with tax incentives during covid 19 as a moderating variable. . To determine the number of sample respondents using purposive sampling technique, the sample obtained is 100 respondents from SMEs. This study analyzes the relationship between the influence of e-commerce utilization and tax digitalization on MSME performance with tax incentives during covid-19 with the data analysis technique used in this study is Structural Equation Modeling (SEM) with PLS (Partial Least Square) software. The results of the analysis obtained in this study that the use of e-commerce has a positive and insignificant effect on the performance of MSMEs, digitization of taxation has a positive and significant effect on the performance of MSMEs, tax incentives have a positive and significant effect on the performance of MSMEs, the use of e-commerce has a positive and significant effect on the performance of MSMEs. through tax incentives during covid-19 and digitization of taxation has a positive and significant impact on the performance of MSMEs through tax incentives during covid-19.*

## Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu (1) Untuk memberitahu pengaruh pemanfaatan E-commerce terhadap kinerja UMKM pada masa covid 19 di jakarta barat, (2) Untuk mengetahui pengaruh Digitalisasi perpajakan terhadap kinerja UMKM pada masa covid 19 di Jakarta Barat (3), Untuk mengetahui pengaruh Insentif pajak selama covid 19 terhadap kinerja UMKM pada masa covid-19 di Jakarta Barat, (4) untuk mengetahui moderasi insentif pajak atas pengaruh pemanfaatan E-commerce terhadap kinerja UMKM di Jakarta dan (5) Untuk mengetahui moderasi insentif pajak atas pengaruh digitalisasi perpajakan terhadap kinerja UMKM di jakarta barat. Sampel menggunakan Teknik purposive sampling, sampel yang didapatkan sebesar 100 responden Pelaku UMKM. Penelitian ini menganalisis hubungan antara pengaruh Pemanfaatan e-commerce dan digitalisasi perpajakan terhadap kinerja UMKM dengan insentif pajak selama covid-19 dengan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modelling (SEM) dengan software PLS (Partial Least Square). Hasil analisis yang didapatkan pada penelitian ini pemanfaatan e-commerce tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Digitalisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Insentif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Insentif pajak memoderasi pengaruh pemanfaatan e-commerce terhadap kinerja UMKM. Insentif pajak mampu memoderasi pengaruh digitalisasi perpajakan terhadap kinerja UMKM.

## A. PENDAHULUAN

Pajak merupakan pengetahuan yang harus dimiliki oleh setiap wajib pajak. Penguasaan terhadap peraturan perpajakan bagi wajib pajak akan meningkatkan kepatuhan kewajiban perpajakan agar terhindar dari sanksi-sanksi yang

## Article Received:

April 8<sup>th</sup>, 2022

## Article Revised:

April 20<sup>th</sup>, 2022

## Article Published:

June 30<sup>th</sup>, 2021

## Keywords:

Utilization of E-commerce, Tax Digitization, MSMEs Performance, Tax Incentives

## Correspondence:

[frialdoetanim@gmail.com](mailto:frialdoetanim@gmail.com)

## Artikel Diterima:

8 April 2022

## Artikel Revisi:

20 April 2022

## Artikel Dipublikasi:

30 Juni 2022

## Kata Kunci:

Pemanfaatan E-commerce, Digitalisasi Perpajakan, Kinerja UMKM, Insentif pajak

## Korespondensi:

[frialdoetanim@gmail.com](mailto:frialdoetanim@gmail.com)

berlaku dalam ketentuan umum perpajakan. Sebagaimana dimaklumi, suatu kebijakan berupa pengenaan sanksi dapat dipergunakan untuk 2 (dua) maksud, yang pertama adalah untuk mendidik dan yang kedua adalah menghukum. Dengan mendidik dimaksudkan agar mereka yang dikenakan sanksi akan menjadi lebih baik dan lebih mengetahui hak dan kewajibannya sehingga tidak lagi melakukan hal yang sama. Maksud yang kedua adalah pengenaan sanksi menghukum, sehingga pihak yang terhukum akan menjadi jera. Choiriyatuz, (2015). Pada tahun 2020, perekonomian Indonesia mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 2.07% atas dasar harga berlaku mencapai Rp 15.434,2 triliun dan PDB per kapita mencapai Rp56,9 juta, dibanding PDB pada tahun 2019 yaitu sebesar Rp 15.833,9 triliun dan PDB Perkapita mencapai Rp 59,1 juta. Di bawah ini merupakan persentase pertumbuhan PDB di Indonesia selama lima tahun terakhir.

**Gambar 1**  
**Pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) 2014-2020**



Sumber: Berita Resmi Statistik, 2021

Awal tahun 2020, Indonesia mengalami penurunan ekonomi yang cukup drastis dikarenakan pandemi virus *covid-19*. *COVID-19* merupakan singkatan dari Coronavirus Disease 2019. *COVID-19* (Coronavirus Disease 2019) merupakan penyakit menular pada saluran pernapasan dengan tanda-tanda umum demam di atas 38°C, batuk, sesak, dan sulit bernapas yang disebabkan oleh *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (SARS-CoV-2) Gorbalenya, A. E. et al, (2020)

Berdasarkan peraturan jdih.kemenkeu, (2021) Menteri Keuangan Republik Indonesia Pajak Terdampak Pandemi *Corona Virus Disease* 2019 dinilai masih terdapat kekurangan, serta untuk melaksanakan ketentuan Pasal 1 7C ayat (7) dan Pasal 17 D ayat (3) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Pasal 113 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Pasal 22 ayat (2) dan Pasal 25 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Pasal 111 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, dan Pasal 9 ayat (4d) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai atas Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Pasal 112 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang: Cipta Kerja, perlu mengganti Peraturan Menteri Keuangan dimaksud; d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, dan huruf c, perlu menetapkan Peraturan Menteri Keuangan tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi *Corona Virus Disease* 2019 Kebijakan ini memiliki dampak yang besar bagi banyak masyarakat.

## A. LITERATUR REVIEW DAN HIPOTESIS

Teori Perilaku Terencana (Theory Of Planned Behaviour) Teori perilaku terencana merupakan teori yang berpandangan dari sisi psikologi individu pada saat ingin melakukan suatu tindakan. Sebelum melakukan suatu tindakan atau perilaku individu akan memikirkan dan mempertimbangkan akibat dari hal tersebut dan memutuskan untuk melakukan tindakan tersebut atau tidak (Ajzen, 1991). Penelitian tersebut menghasilkan beberapa faktor yaitu : perilaku, norma dan kontrol atas keyakinan. Perilaku keyakinan menghasilkan sikap terhadap perilaku positif atau negatif, keyakinan normatif menghasilkan tekanan sosial yang dipersepsikan atau norma subjektif dan menimbulkan kontrol keperilakuan yang dipersepsikan, yang kemudian akan mempengaruhi niat dan perilaku seseorang atau individu

*E-commerce* merupakan transaksi jual-beli secara elektronik dengan memanfaatkan media internet atau dapat juga diartikan sebagai proses berbisnis menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan jual-beli secara online. Pada penelitian yang dilakukan oleh Hanum *et al* (2017) mengenai adopsi *E-commerce* terhadap kinerja UMKM bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM, hal ini berarti apabila adopsi *e-commerce* meningkat maka kinerja UMKM akan meningkat. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis pertama, yaitu pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh pada kinerja UMKM.

Digitalisasi layanan pajak merupakan inovasi fasilitas layanan pajak yang diberikan oleh pemerintah berupa aplikasi layanan pajak berbasis online menurut (DJP, 2020) dengan single login, wajib pajak dapat menikmati berbagai layanan digital hanya dengan sekali akses. Dikjen pajak menjawab tantangan revolusi industri 4.0 dengan otomatisasi dan integrasi layanan perpajakan, sehingga administrasi perpajakan dapat dengan mudah dilaksanakan wajib pajak. Single login merupakan pintu masuk layanan berbasis 3C (click-call-counter) 3C ini merupakan program pemberian pelayanan kepada wajib pajak dengan sistem kanal namun tidak terbatas pada ketiga kanal

tersebut (DJP, 2020). Digitalisasi perpajakan ditunjukkan untuk meningkatkan dan memudahkan pelayanan kepada wajib pajak. Melalui layanan administrasi digitalisasi perpajakan, kewajiban perpajakan dapat disampaikan kapan saja selama tidak melampaui batas waktu tempo pembayaran kewajiban pajaknya. Wajib pajak juga dapat menghemat waktu karena tidak perlu hadir secara fisik dikantor pelayanan pajak dan menghemat biaya transportasi atau biaya pencetakan formulir yang dibutuhkan. Dengan adanya kemudahan dalam melakukan pendaftaran, pembayaran dan pelaporan pajak secara online diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam melakukan pemenuhan kewajiban perpajakannya (Setiana et al., 2015). Teknologi informasi akan mendukung kinerja usaha dan kepatuhan perusahaan (Christin & Tambun, 2018). Berdasarkan argumen ini maka dibentuklah hipotesis kedua dalam penelitian ini, yaitu digitalisasi perpajakan berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) sebagai instansi vertikal sudah melakukan berbagai cara agar produk insentif dimanfaatkan WP. Mulai televisi, radio, spanduk sampai semua media sosial. Berkalikasi menyelenggarakan gelar wicara, seminar, diskusi, serta iklan. Dari Sabang sampai Merauke hingga Miangas sampai Rote, semua sudah diusahakan dapat informasi. Dengan slogan atau tema semenarik mungkin. Bagaimanapun, banyak kemungkinan disini, yang membuat (seperti) kurang efektif, diantaranya: Pajak UMKM memang relatif kecil, hanya 0.5 persen. Wajib pajak lebih memilih bayar daripada "ribet" lapor realisasinya tiap bulan. Meski sudah tahu ada insentif, wajib pajak lebih suka bayar. Terutama yang usahanya tidak terdampak. Mereka berpendapat bahwa justru karena pandemi maka negara butuh dana besar untuk pemulihan. Beberapa daerah sangat minim akses informasi. Kabupaten Gunung Mas Provinsi Kalimantan Tengah contohnya, tiga dari dua belas kecamatan tidak ada internet. Untuk dapat sinyal telepon harus mencari datarantinggi berkilo-kilo meter. Serta banyak wajib pajak, terutama di pelosok, masih kesulitan dengan sesuatu bernama online. Email saja belum tahu dan merupakan istilah yang sangat asing. Berdasarkan argumen diatas, maka ditetapkan hipotesis ketiga, yaitu Insentif pajak selama Covid 19 mampu memoderasi pengaruh dari pemanfaatan e-commerce terhadap kinerja UMKM.

Hanum (2017) menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi adopsi e-commerce dan pengaruhnya terhadap kinerja UMKM yaitu faktor teknologi, faktor organisasional, faktor lingkungan, dan faktor individual. Hasil dari penelitiannya ialah faktor teknologi dan faktor individual secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi E-commerce. Sebaliknya faktor organisasional secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap adopsi E-commerce dan faktor lingkungan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap adopsi e-commerce pada UMKM di Kota Semarang. Hasil uji menunjukkan bahwa secara simultan faktor kesiapan teknologi, organisasional, lingkungan dan individual berpengaruh secara bersamaan terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM di Kota Semarang. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Utari *et al* ((2015) dijelaskan bahwa modal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat. Tingkat pendidikan dan teknologi juga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap pendapatan UMKM di kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat. Secara simultan modal, tingkat pendidikan dan teknologi juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat. Berdasarkan argumen diatas, maka ditetapkan hipotesis keempat, yaitu Insentif selama Covid 19 mampu memoderasi pengaruh digitalisasi perpajakan dari terhadap kinerja UMKM.

## B. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sumber data yang diperoleh dari data primer yaitu dari hasil kuesioner dari beberapa responden yang merupakan pelaku bisnis UMKM di Jakarta Barat, Kelurahan Tomang. Tempat dilaksanakannya penelitian ini ialah UMKM yang berada di Jakarta Barat, Kelurahan Tomang. Pemilihan tempat penelitian ini dikarenakan ingin menganalisis pelaku bisnis UMKM yang terdampak oleh pandemi covid-19 di daerah tersebut. Selain itu berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan terdapat beberapa UMKM di daerah Kelurahan Tomang, Jakarta Barat sudah mendigitalisasi Pajak dan wajib pajak. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas (jumlah) dan karakteristik (ciri-ciri) tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh pelaku bisnis UMKM di Kelurahan Tomang Jakarta Barat. Menurut Hair et al., (2014) sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pertanyaan yang akan di analisis. Penelitian ini memiliki jumah pertanyaan 18 pertanyaan x 5 sesuai dengan menurut ahli diatas dan didapatkan 90 responden dan direalisasikan menjadi 100 responden. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas (jumlah) dan karakteristik (ciri-ciri) tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh pelaku bisnis UMKM di Kelurahan Tomang Jakarta Barat. Sumber data adalah mengenai dari mana data diperoleh. Apakah data diperoleh dari sumber langsung (data primer) atau data diperoleh dari sumber tidak langsung (data sekunder). Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder adalah sumber data tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui literatur

dan studi pustaka. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan alat atau teknik pengumpulan data primer dengan metode survei untuk memperoleh opini responden. Kuesioner dapat didistribusikan kepada responden dengan cara langsung oleh peneliti (mandiri), dikirim lewat komputer misalnya surat elektronik (*e-mail*) Pujihastuti (2010). Pada penelitian ini, peneliti mendistribusikan kuesioner dengan cara langsung dan melalui aplikasi *google form* berupa formulir yang diisi narasumber secara online. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Jalur (*Path Analysis*) untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu Pemanfaatan *E-Commerce* (X1) dan Digitalisasi Perpajakan (X2). Variabel dependen adalah Kinerja UMKM (Y) dan Variabel Insentif Pajak (Z). Data penelitian dianalisis dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas dengan bantuan *software Partial Least Square* (PLS).

### C. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hal-hal yang melatar belakangi penelitian, teori-teori dan tinjauan pustaka, serta metode penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka pada bab ini penulis akan menjelaskan hasil dari penelitian. Hasil dari penelitian ini akan dijabarkan berdasarkan hasil survey, wawancara, dokumentasi yang berkaitan dengan variabel penelitian yang mana data tersebut didapat dari pengisian kuesioner oleh pelaku usaha UMKM. Dengan menggunakan variabel Kinerja UMKM sebagai variabel dependent maka sasaran responden untuk penelitian ini ialah pelaku usaha UMKM tepatnya di daerah Tomang, Jakarta Barat. Responden dalam penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada sebanyak 100 responden pelaku usaha UMKM yang ada di Kelurahan penelitian ini ialah UMKM yang ada di wilayah Jakarta Barat khususnya Kelurahan Tomang Tomang, Jakarta Barat.

Berdasarkan hasil dari survey kuesioner maka telah diperoleh data dari jumlah responden jika dilihat dari jenis kelamin ialah sebagai berikut:

**Tabel 1. Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	48	48%
Perempuan	52	52%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti

Jumlah responden berdasarkan data diatas memperlihatkan bahwa responden dari pelaku usaha UMKM di wilayah Tomang, Jakarta Barat didominasi oleh wanita sebanyak 52% dari keseluruhan responden dan sisanya sebanyak 48% berjenis kelamin pria.

Rentang usia responden sebagai pelaku usaha UMKM dalam penelitian ini dibagi menjadi 5 (lima) kelompok, yaitu:

**Tabel 2. Usia Responden**

Usia	Jumlah	Persentase
1. < 31 Tahun	94	94%
2. 31 - 40 Tahun	5	5%
3. 41-50 Tahun	1	1%
4. > 50 Tahun	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data Peneliti

Jumlah responden berdasarkan data diatas memperlihatkan bahwa kebanyakan responden dari pelaku usaha UMKM di wilayah Tomang, Jakarta Barat berusia dibawah 31 tahun sebanyak 94 orang dan terbanyak kedua yaitu berumur 31-40 tahun 5 orang, untuk rentang usia pelaku usaha yang berumur dibawah 41-50 tahun paling sedikit yaitu 1 orang.

**Tabel 3. Lama menjalankan usaha**

Usia	Jumlah	Persentase
1. < 5 Tahun	95	95%
2. 5 - 10 Tahun	3	3%
3. 11-15 Tahun	2	2%
4. > 16-20 Tahun	0	0%

5. >20 tahun	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Sumber: Hasil pengolahan data Peneliti

Berdasarkan data grafik diatas sebanyak 95% responden telah menjalankan bisnis selama kurang dari 5tahun. Selanjutnya sebanyak 3% telah menjalankan usaha selama 5-10 tahun dan yang paling sedikit ialah pelaku usaha bisnis yang menjalankan usaha lebih dari 11-15 tahun.

Berikut ini merupakan hasil survey dari jenis bidang usaha yang dijalankan pelaku usaha bisnis UMKM:

**Tabel 4. Bidang usaha yang sudah dijalankan**

Bidang Usaha	Jumlah	Persentase
1. Kuliner	81	81%
2. Pakaian atau fasion	10	10%
3. Usaha Pengelolaan	4	4%
4. Usaha Grosir	5	5%
Total	100	100%

Sumber: Sumber: Hasil pengolahan data Peneliti

Dilihat dari data grafik diatas sebanyak 81% pelaku usaha menjalankan jenis usaha di bidang kuliner, 10% menjalankan usaha di bidang Pakaian atau fasion, 4% dari pelaku usaha menjalankan bisnis bidang usaha pengelolaan,dan sebanyak 5% menjalankan bisnis dibidang usaha grosir.

#### D. HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan operasional variabel penelitian ini, dibentuk model penelitian yang kemudian diolah menggunakan *PLS – Algorithm* untuk menguji kelayakan model. Untuk menguji kelayakan model menggunakan *outer model* (model pengukuran) yaitu hubungan antara indikator dengan konstraknya. Penelitian ini menentukan bagaimana setiap blok indikator terkait dengan variabel laten. Melakukan evaluasi model pengukuran atau outer model untuk mengevaluasi validitas dan reabilitas model. Ada 3 cara untuk mendapatkan validitas.

#### Uji Validitas

Dalam uji validitas, jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner mengarah pada hasil pengukuran kuesioner, maka kuesioner tersebut dianggap valid. Dengan ini terdapat 4 konstruk dengan jumlah indicator 3 sampai 5 indikator menggunakan skala 1 sampai 5.

**Tabel 5. Outer Loadings**

Indikator	Outer Loadings	Kesimpulan
X2*Z	1,874	Valid
X1*Z	2,026	Valid
X1.P1	0,755	Valid
X1.P2	0,881	Valid
X1.P3	0,777	Valid
X1.P4	0,809	Valid
X1.P5	0,860	Valid
X2.P1	0,814	Valid
X2.P2	0,867	Valid
X2.P3	0,847	Valid
X2.P4	0,888	Valid
Y.P1	0,843	Valid
Y.P2	0,820	Valid
Y.P3	0,882	Valid
Y.P4	0,795	Valid
Y.P5	0,791	Valid
Y.P6	0,737	Valid
Z.P1	0,910	Valid
Z.P2	0,893	Valid
Z.P3	0,912	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Smart PLS

Berdasarkan hasil uji validitas, semua nilai indikator *loading factor* untuk variabel Pemanfaatan *E-commerce*, Digitalisasi Perpajakan, Kinerja UMKM, dan Insentif Pajak lebih dari  $> 0,5$  yang berarti bahwa semua indikator variabel dinyatakan sudah valid.

Dalam pengujian reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Composite Reliability*  $> 0,7$ , *Cronbach's Alpha*  $> 0,7$  dan *Average Variance Extracted (AVE)*  $> 0,5$ . Berikut hasil pengujian reabilitas dalam penelitian ini:

**Tabel 6. Composite Reliability**

Variabel	Composite Reliability
Pemanfaatan <i>E-commerce</i> (X1)	0,910
Digitalisasi Perpajakan(X2)	0,915
Kinerja UMKM (Y)	1,921
Insentif Pajak (Z)	0,931
Moderating 1	0,1000
Moderating 2	1,000

Sumber : Hasil olah data Smart PLS 3.0

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa *composite reability* menunjukkan hasil diatas  $> 0,7$ . Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat variabel Kinerja UMKM (Y) sebesar  $0,921 > 0,70$ , variabel Pemanfaatan *E-commerce* (X1) sebesar  $0,910 > 0,70$ , variabel Digitalisasi Perpajakan (X2) sebesar  $0,915 > 0,70$ , variabel Insentif Pajak (Z) sebesar  $0,931 > 0,70$ , variabel Moderating 1 sebesar  $1,000 > 0,70$  dan variabel Moderating 2 sebesar  $1,000 > 0,70$  yang berarti bahwa seluruh jawaban pertanyaan yang mewakili semua variabel ini telah reliabel dan dapat digunakan untuk uji hipotesis.

**Tabel 7. Cronbach's Alpha**

Variabel	Cronbach's Alpha
Pemanfaatan <i>E-commerce</i> (X1)	0,876
Digitalisasi Perpajakan(X2)	0,877
Kinerja UMKM (Y)	0,896
Insentif Pajak (Z)	0,890
Moderating 1	1,000
Moderating 2	1,000

Sumber : Hasil olah data Smart PLS

Hasil *Cronbach's Alpha* jika diatas  $0,7$  maka dinyatakan valid dan sebaliknya jika nilai *Cronbach Alpha* dibawah  $0,7$  maka dinyatakan tidak valid. *Cronbach Alpha* adalah tingkat konsistensi jawaban responden dalam satu variabel laten. Berdasarkan data yang diuji diatas pada *Cronbach's Alpha* maka pada masing-masing variabel berada di atas nilainya sama dan lebih dari  $0,7$ .

**Tabel 8. Average Variance Extracted (AVE)**

Variabel	Cronbach's Alpha
Pemanfaatan <i>E-commerce</i> (X1)	0,669
Digitalisasi Perpajakan(X2)	0,730
Kinerja UMKM (Y)	0,660
Insentif Pajak (Z)	0,819
Moderating 1	1,000
Moderating 2	1,000

Sumber : Hasil olah data Smart PLS

Dalam mengukur banyaknya varian yang dapat ditangkap konstraknya mengukur konstraknya menggunakan AVE, nilai konstraknya harus  $> 0,5$ . Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasilnya dari masing-masing variabel Pemanfaatan *E-commerce* (X1), Digitalisasi Perpajakan(X2), Kinerja UMKM (Y), Insentif Pajak (Z), Moderating 1 dan Moderating 2 diatas  $0,5$ .

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah kemampuan semua variabel bebas untuk menjelaskan variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel terikat atau variabel dependen adalah Kinerja UMKM dan Insentif Pajak sebagai variabel perantara. Variabel bebas atau variabel independen adalah iPemanfaatan iE-commerce. iBerikut ihasil tabelnya.

**Tabel 9. Koefisien iDeterminasi i(R<sup>2</sup>)**

Variabel	R Square	Adjusted R Square
Kinerja iUMKM i(Y)	0,722	0,707

Sumber: Hasil olah data Smart PLS

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai *r square* sebesar 0,722 pada variabel Kinerja UMKM. Hal ini menyatakan bahwa variabel Kinerja UMKM dapat dipengaruhi oleh variabel Pemanfaatan *E-commerce* dan Digitalisasi Perpajakan yang memiliki presentase sebesar 72,2% dan sisanya adalah variabel lainnya. Selanjutnya pada variabel Kinerja UMKM didapatkan nilai *r square* sebesar 0,707. Hal ini menyatakan bahwa variabel Kinerja UMKM dapat dipengaruhi oleh Pemanfaatan *E-commerce* dan Digitalisasi Perpajakan yang memiliki presentase sebesar 70,7% dan sisanya adalah variabel lainnya

### Uji Hipotesis

Suatu hipotesis akan diterima atau ditolak dengan memperlihatkan hasil signifikansi antar kontrak, t-statistik, dan p-values.

**Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis**

	Original Sample	Sample Mean	Standart Devitiation	T Statistics	P Values
Pemanfaatan <i>E-commerce</i> -> Kinerja UMKM	0.117	0.121	0.096	1.214	0.225
Digitalisasi Perpajakan-> Kinerja UMKM	0.440	0.426	0.116	3.793	0.000
Insentif Pajak-> Kinerja UMKM	0.358	0.375	0.118	3.024	0.003
Pemanfaatan <i>E-commerce</i> -> Insentif Pajak-> Kinerja UMKM	0.295	0.276	0.103	2.865.	0.004
Digitalisasi Perpajakan ->Insentif Pajak ->Kinerja UMKM	-0.300	-0.270	0.116	2.589	0.010

Sumber : Hasil olah data Smart PLS 3.0 (2021)

Hasil Pengujian Hipotesis pertama (H<sub>1</sub>) yaitu Pengaruh Pemanfaatan *E-commerce* Terhadap Kinerja UMKM. Berdasarkan hasil analisis data tentang pengaruh Pemanfaatan *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM penjelasan perolehan hasilnya membuktikan bahwa pengaruh variabel Pemanfaatan *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM menunjukkan bahwa nilai *T-statistics* sebesar 1,214 atau tidak lebih dari nilai t table yaitu 1,96. Maka dinyatakan bahwa Pemanfaatan *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM tidak berpengaruh signifikan. Kesimpulan dari H<sub>1</sub> yaitu Pemanfaatan *ecommerce* dengan kinerja UMKM menunjukkan hasil yang tidak signifikan, maka hipotesis penelitian ini ditolak. Hal ini sejalan melengkapi penelitian yang dilakukan oleh Ariska et al (2019) dimana pengetahuan sistem pemasaran jaringan, sikap terhadap penerapan sistem pemasaran jaringan dan IT skills tidak berpengaruh terhadap penggunaan *E-commerce*.

Hasil Pengujian Hipotesis kedua (H<sub>2</sub>) yaitu Pengaruh Digitalisasi Perpajakan Terhadap Kinerja UMKM. Berdasarkan hasil analisis data tentang pengaruh Digitalisasi Perpajakan terhadap Kinerja UMKM penjelasan perolehan hasilnya positif signifikan dengan T-Statistiknya 3,793 > 1,96 dengan P-Values nya 0,000 < 0,05. Nilai Original Sample adalah positif yaitu 0.440 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara *Digitalisasi Perpajakan* (X<sub>2</sub>) dengan Kinerja UMKM (Y) adalah positif. Dari penjelasan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa “H<sub>2</sub> diterima”. Hal ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Saragih (2019) bahwa adanya hubungan yang saling mempengaruhi dan memberikan korelasi yang signifikan antara Digitalisasi Perpajakan dan pelaku UMKM. Menunjukkan bahwasemakin tinggi tingkat penggunaan Digitalisasi Perpajakan maka akan semakin tinggi pula Kinerja UMKM tersebut. Dengan demikian hipotesis kedua (H<sub>2</sub>) dalam penelitian ini diterima.

Hasil Pengujian Hipotesis (H<sub>3</sub>) yaitu Insentif Pajak Terhadap Kinerja UMKM. Berdasarkan hasil analisis data tentang pengaruh Insentif Pajak terhadap Kinerja UMKM penjelasan perolehan hasil bahwa variabel Insentif Pajak dengan Kinerja UMKM menunjukkan bahwa nilai T-statistics sebesar 3,024 atau lebih dari nilai t table yaitu 1,96. Maka dinyatakan bahwa Insentif Pajak terhadap Kinerja UMKM berpengaruh positif signifikan. UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) mendefinisikan insentif pajak sebagai segala bentuk insentif yang mengurangi beban pajak perusahaan dengan tujuan untuk mendorong perusahaan-perusahaan tersebut untuk

berinvestasi di proyek atau sektortertentu Bramantya et al (2016). Dengan demikian hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini diterima.

Hasil Pengujian Hipotesis (H<sub>4</sub>) yaitu moderasi insentif pajak atas Pengaruh Pemanfaatan *E-commerce* Terhadap Kirja UMKM. Berdasarkan hasil analisis data tentang pengaruh Pemanfaatan *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM penjelasan perolehan hasilnya variabel *Pemanfaatan E-commerce* terhadap Kinerja UMKM melalui Insentif Pajak selama *Covid-19* menunjukkan bahwa nilai T-statistics sebesar 2,865 atau lebih dari nilai t tabel yaitu 1,96. Maka dinyatakan bahwa Pemanfaatan *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM melalui Insentif Pajak Selama *Covid-19* berpengaruh positif signifikan. Ariska et al (2019) menyatakan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi e-commerce oleh pelaku UMKM di Kota Semarang. Penelitian ini menduga bahwa terdapat beberapa faktor yang memengaruhi pemanfaatan atau pengadopsian e-commerce oleh pelaku UMKM, di antaranya faktor teknologi, organisasional, lingkungan, dan individual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi e-commerce, yaitu faktor teknologi dan individual.

Hasil Pengujian Hipotesis (H<sub>5</sub>) yaitu moderasi insentif pajak atas Pengaruh Digitalisasi Perpajakan Terhadap Kinerja UMKM. Berdasarkan hasil analisis data tentang pengaruh Digitalisasi Perpajakan terhadap Kinerja UMKM penjelasan perolehan hasilnya variabel Digitalisasi Perpajakan terhadap Kinerja UMKM melalui Insentif Pajak adalah secara tidak langsung ada pengaruh Digitalisasi Perpajakan terhadap Kinerja UMKM melalui Insentif pajak selama *Covid-19*. Hipotesa hasil dari hipotesis keempat (H5) analisis data diatas membuktikan bahwa hubungan variabel Digitalisasi Perpajakan terhadap Kinerja UMKM melalui Insentif Pajak Selama *Covid-19* menunjukkan bahwa nilai T-statistics sebesar 2,589 atau lebih dari nilai t tabel yaitu 1,96. Maka dinyatakan bahwa Digitalisasi Perpajakan terhadap Kinerja UMKM melalui Insentif Pajak Selama *Covid-19* berpengaruh positif signifikan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Utari *et al* (2015) dijelaskan bahwa modal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat. Tingkat pendidikan dan teknologi juga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap pendapatan UMKM di kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat. Secara simultan modal, tingkat pendidikan dan teknologi juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat

## E. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan *e-commerce* dan digitalisasi terhadap kinerja UMKM dengan Insentif pajak selama *covid-19* sebagai variabel pemoderasi. Untuk menganalisis hubungan antar variabel tersebut, penelitian ini menggunakan *Partial Square Least (PLS)*. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan. Hasil dari pengujian hipotesis yang pertama yang menyatakan bahwa Pemanfaatan *E-Commerce* memiliki hubungan yang tidak signifikan terhadap Kinerja UMKM. maka dapat disimpulkan UMKM belum memanfaatkan penuh fungsi platform e-commerce dan media online lainnya. Hasil dari pengujian hipotesis yang kedua, yang menyatakan bahwa Digitalisasi Perpajakan memiliki hubungan yang signifikan terhadap Kinerja UMKM. Maka dapat disimpulkan bahwa Digitalisasi Perpajakan berupaya dalam meningkatkan fitur fitur dalam memudahkan akses pelaporan pajak secara online kepada pelaku usaha, dengan tujuan agar pelanggan dapat melakukan transaksi digital dengan aman di masa Pandemi Covid-19 yang mana mengharuskan untuk dirumah saja. Insentif Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa jika pebisnis UMKM membutuhkan pelonggaran pajaknya pada saat pandemi sekarang ini. Pemanfaatan *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM dengan Insentif Pajak selama *covid-19* sebagai variabel pemoderasi berpengaruh positif signifikan. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan adanya *E-commerce* dan bantuan dari Insentif Pajak dapat membantu meningkatkan Kinerja UMKM. Digitalisasi perpajakan terhadap Kinerja UMKM dengan dengan Insentif Pajak selama *covid-19* sebagai variabel pemoderasi berpengaruh positif signifikan.

Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa saran yang dapat diajukan kepada penelitian selanjutnya terkait bidang atau materi ini, yaitu : Pengetahuan serta pemanfaatan *E-commerce* dan Digitalisasi Perpajakan yang sesuai perlu terus ditingkatkan sebagai upaya meningkatkan Kinerja UMKM. Dengan kondisi pandemi covid-19 membuat para pelaku bisnis UMKM akhirnya melakukan pemasaran produk melalui online meskipun awalnya kesulitan karena merupakan teknologi baru yang harus dipelajari. Kepada Pelaku bisnis UMKM agar selalu mencari strategi bagaimana agar usaha yang sedang dijalankan, tetap berjalan meskipun terdapat beberapa hambatan tak terduga seperti pandemi covid-19.

## REFERENCE

Amin Jamal (2017). *Penerapan Balanced Scorecard Dalam Penilaian Kinerja Pengelola Pajak Bumi Dan Bangunan*. 1–17.

Aprilia Dian Evasar, (2019). *Pelatihan Dan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Di Desa*

- Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. *Cendekia : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 75. <https://doi.org/10.32503/cendekia.v1i2.603>
- Ariska rosadi (2019). *Faktor-faktor yang memengaruhi tingkat pemanfaatan e-marketing tani niaga oleh petani kabupaten grobogan*. 9(2), 107–122.
- Bramantya & Jatra (2016). *Pengaruh Insentif Pajak terhadap Kinerja Wajib Pajak UMKM*.
- Christin, L., & Tambun, S. (2018). Pengaruh money ethic dan teknologi informasi perpajakan terhadap prnggelapan pajak (Tax evasion) dimoderasi dengan religiusitas. *Media Akuntansi Perpajakan*, 3(1), 94–109.
- Choiriyatuz (2015). Pengaruh Tingkat Pemahaman Peraturan Pajak Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Petugas Pajak dan Persepsi atas Sanksi Perpajakan Terhadap Umkm Di Wilayah Sidoarjo. *Tax & Accounting Review*, 3(2), 1–12.
- Darma, (2016). Analisis Peran Pembiayaan dan Pembinaan terhadap Perkembangan Usaha dan Peningkatan Kesejahteraan Mitra BMT Al Fath IKMI. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/52219>
- Dian Ayunita (2018). Pengukuran validitas. *Resources Policy*, 7(1), 1–10. [https://gain.fas.usda.gov/Recent Publications/Agricultural Biotechnology Annual\\_Ottawa\\_Canada\\_11-20-2018.pdf%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.resourpol.2020.101869%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jenvman.2017.06.039%0Ahttp://www.oecd.org/gov/regulatory-poli](https://gain.fas.usda.gov/Recent%20Publications/Agricultural%20Biotechnology%20Annual_Ottawa_Canada_11-20-2018.pdf%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.resourpol.2020.101869%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jenvman.2017.06.039%0Ahttp://www.oecd.org/gov/regulatory-poli)
- DJP, (2020). *Pengaruh Digitalisasi Layanan Pajak Dan Cooperative Compliance Terhadap Upaya Pencegahan Tax avoidance Dimoderasi Kebijakan Fiskal Di Masa Pandemi Covid 19*. 4(2), 1–10.
- Fadilah Nur Azizah (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46–62. <https://doi.org/10.15642/oje.2020.5.1.46-62>
- Gibson, (2016). Efektifitas Pelaporan Pajak Online di Indonesia Berbasis Cobit 5.0 pada Domain MEA (Monitor, Evaluate, Assess). *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, 82–85. <http://seminar-id.com/prosiding/index.php/sainteks/article/view/409>
- Gorbalenya, A. E. (2020). Severe acute respiratory syndrome-related coronavirus: The species and its viruses – a statement of the Coronavirus Study Group. *BioRxiv*. <https://doi.org/10.1101/2020.02.07.937862>
- Hana Febriani Assa, (2017). Implementasi Layanan TI Dalam Meningkatkan Layanan Konsumen Menggunakan IT Balanced Scorecard (Bank SULUTGO Manado). *Prosiding SINTAK 2017*, 319–328.
- Hanum (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Umkm (Studi Kasus Umkm Di Wilayah Kota Semarang). *Maksimum*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.26714/mki.8.1.2018.1-15>
- Helmalia, (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>
- Helmia (2018). Pengaruh Digitaliasi perpajakan terhadap kinerja Wajib Pajak UMKM dimoderasi Insentif Pajak. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 43(1), 7728. [https://online210.psych.wisc.edu/wp-content/uploads/PSY-210\\_Unit\\_Materials/PSY-210\\_Unit01\\_Materials/Frost\\_Blog\\_2020.pdf%0Ahttps://www.economist.com/special-report/2020/02/06/china-is-making-substantial-investment-in-ports-and-pipelines-worldwide%0Ahttp://](https://online210.psych.wisc.edu/wp-content/uploads/PSY-210_Unit_Materials/PSY-210_Unit01_Materials/Frost_Blog_2020.pdf%0Ahttps://www.economist.com/special-report/2020/02/06/china-is-making-substantial-investment-in-ports-and-pipelines-worldwide%0Ahttp://)
- Ida Bagus Putu Ery Supriadi (2015). Analisis Pengaruh Sistem Pengendalian Internal, Organizational Citizenship Behaviour Dan Good Governance Terhadap Kinerja Organisasi Berdasarkan Perspektif Balanced Scorecard (Studi Kasus Pada Dinas Pendapatan Kabupaten Buleleng). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi S1*, 2(1).
- Komala (2020). Kategori Dan Layanan E-Commerce Terhadap Daya Beli Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Benefita*, 5(1), 129. <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i1.4235>