

PERAN PENGETAHUAN PERPAJAKAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UMKM KREATIF DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA MELALUI PERTUMBUHAN USAHA**Reza Widhar Pahlevi**Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia
rezawp@uii.ac.id**Eko Prasajo**STIES Putra Bangsa Tegal
ekoprasajo60@gmail.com**ABSTRACT**

Tax revenues from MSMEs only contribute around 5% of the total tax revenue amounting to Rp1,315.9 trillion in 2018. Tax regulations that are strictly enforced force MSMEs to comply. MSMEs that comply with paying taxes have been balanced by providing various facilities that have an impact on the opening of opportunities for MSMEs to increase their business growth. Good business growth will produce competitive advantage. This study aims to analyze the effect of tax literacy on competitive advantage through the growth of MSME businesses. This study uses data from 269 Creative MSMEs in Yogyakarta. The statistical tool used in this study is Partial Least Square. The results of the study found that tax literacy had a positive and significant effect on business growth. This is indicated by the path coefficient of 0.727, the value of t count of 12.606, and the significance of 0.000. The results of the study also found that business growth and competitive advantage had the results of path coefficient statistics of 0.645, the value of t count was 10.375, and the significance of 0.0000. This means that business growth has a positive and significant influence on competitive advantage in Creative MSMEs in Yogyakarta. Another finding in this study was the business growth mediating the influence of tax literacy on competitive advantage in Creative MSMEs in Yogyakarta. This is shown in the results of the path coefficient of 0.469, with z count of 8.011 and significance of 0.000. The results of this study are expected to open the horizons of Creative MSMEs in Yogyakarta on the importance of understanding tax literacy in achieving sustainable competitive advantage

Keywords : *Tax Literacy, Advantage Competitive and Business Growth*

1. PENDAHULUAN

Yogyakarta sebagai kota wisata yang kaya akan ragam budaya dan cerita serta bermacam dan memiliki keunikan yang patut dibanggakan dalam industri kreatif. Hal tersebut mendukung perkembangan dan kemajuan UMKM Kreatif. Keberadaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjadi salah satu pilar utama penggerak perekonomian di D.I. Yogyakarta (<https://economy.okezone.com>, diakses 10 Juli 2019). Usaha mereka telah banyak membantu pengentasan kemiskinan dan pengangguran. Demikian pula telah memberikan kontribusi sangat tinggi (95%) pada perekonomian D.I. Yogyakarta.

Jumlah UMKM meningkat secara tajam. Data menunjukkan mengenai perkembangan jumlah UMKM. Tahun 2015 hingga 2017 yaitu sebesar 220.703, 230.047, dan 238.619. Meningkatnya jumlah UMKM sehingga memiliki kontribusi pada PDRB D.I. Yogyakarta sebesar 74,3%. (depkop.go.id/uploads/tx_rtgfiles/22.Paparan_Rakornas_Yogyakarta_2018DIY.pdf, diakses 10 Juli 2019). UMKM juga telah terbukti handal yaitu tetap bertahan di saat terjadi krisis ekonomi. Peran UMKM dalam perekonomian dan penyerapan tenaga kerja tidak diragukan lagi. Dari sisi jumlah, UMKM mendominasi perusahaan di Indonesia. Pada tahun 2017, jumlah UMKM sebesar 91,3%, sedangkan usaha besar hanya 6,65%. Namun dalam sektor perpajakan, UMKM belum mencerminkan kontribusi yang dominan. Sumbangsih penerimaan pajak dari PPh Final UMKM hanya sekitar Rp2 triliun. Dengan asumsi UMKM berkontribusi Rp.3.000 triliun terhadap PDB, nilai itu masih relatif jauh dibawah potensi perpajakan sebesar Rp30 triliun (1 persen dari kontribusi terhadap PDB).

Beberapa penelitian menghasilkan temuan positif tentang pentingnya UMKM dalam literasi perpajakan. Hasil penelitian Madi *et al* (2010), untuk dapat memahami sistem pajak dan menentukan wajib pajak pribadi, seseorang harus memiliki tingkat pendidikan pajak yang memadai, misalnya sadar pajak. Kedua, sadar pajak sangat terkait tidak hanya dengan situasi keuangan individu dan rumah tangga, tetapi juga dengan masalah keuangan pemerintah dan pengeluaran pemerintah. Masalah-masalah seperti kompleksitas pajak, moral pajak yang rendah, kepatuhan pajak yang rendah

semuanya dapat dikurangi dengan meningkatkan tingkat literasi wajib pajak secara individu. Penelitian sebelumnya oleh Bardai (1992); Kasipillai dan Baldry (1995) dan Razman dan Ariffin (2000) menunjukkan bahwa komposisi masyarakat wajib pajak dapat diklasifikasikan sebagai masyarakat yang paham pajak ternyata masih tidak memuaskan. Nero dan Amrizah (2003; 2005) menunjukkan bahwa hanya 13% dari individu kena pajak di Sarawak yang dapat diklasifikasikan sebagai "sangat paham akan pajak" sangat rendah. Penelitian kontradiktif yang ditemukan adalah UMKM mengalami berbagai kesulitan untuk meningkatkan pertumbuhan usaha, khususnya yang mencakup biaya pajak (Beck, *et al*, 2005 ; Agyei, 2018).

Dalam beberapa tahun terakhir literasi pajak telah diperdebatkan sebagai bagian penting dari pertumbuhan usaha. Penelitian telah menunjukkan bahwa seseorang yang paham akan pajak cenderung meningkat ketika mereka bekerja sendiri dan mengoperasikan bisnis mereka sendiri. (Freudenberg *et al*, 2017). Literasi pajak adalah kemampuan untuk mengisi formulir pajak dan menghitung kewajiban pajak mereka secara independen (Bardai, 1992; Razman dan Ariffin, (2000). Nero dan Amrizah (2003; 2005) menekankan bahwa mereka harus tahu bagaimana menentukan kewajiban pajak jika mereka tahu apa yang merupakan penghasilan kena pajak, pengurangan yang dapat dikurangkan, keringanan serta penerapan tarif pajak terhadap pendapatan kena pajak. Gap temuan penelitian sebelumnya menarik untuk dilakukan penelitian dengan mengintegrasikan hubungan antara literasi pajak dengan keunggulan kompetitif melalui pertumbuhan usaha pada UMKM Kreatif di D.I. Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi pajak terhadap keunggulan bersaing dengan mediasi pertumbuhan usaha pada UMKM Kreatif di Yogyakarta. Maka tidak berlebihan apabila kita menyebut bahwa ekonomi di Indonesia tumbuh pesat lewat sektor UMKM. Peran UMKM terhadap perekonomian dan penyerapan tenaga kerja memang tidak lagi diragukan. Namun, dalam sektor perpajakan, UMKM belum mencerminkan kontribusi yang dominan sebagaimana pengaruhnya terhadap perekonomian dan penyerapan tenaga kerja. Usaha Mikro Kecil dan Menengah akan tumbuh dan berkembang apabila mampu mengelola keuangan pribadi secara efektif, mengetahui pengetahuan tentang kewajiban pajak sehingga UMKM akan mempunyai kontribusi besar bagi negara (Cvrlje, 2015).

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Literasi Perpajakan dan Pertumbuhan Usaha

Literasi pajak menunjukkan kemampuan seseorang untuk dapat mengisi formulir pajak dan menghitung kewajiban pajak individu (Bardai, 1992; Razman dan Ariffin, (2000). Nero dan Amrizah (2003; 2005) menekankan bahwa seseorang harus tahu bagaimana menentukan kewajiban pajak jika mereka tahu apa yang merupakan penghasilan kena pajak, pengurangan yang dapat dikurangkan, keringanan serta penerapan tarif pajak terhadap pendapatan kena pajak. Simanjuntak dan Mukhlis (2012) menjelaskan tidak semua wajib pajak termasuk UMKM dapat memahami aturan maupun prosedur implementasi pelaporan pajak yang benar karena kurangnya pemahaman peraturan perpajakan. Kebanyakan UKM merasa bahwa sistem perpajakan tidak adil karena UKM harus membayar dengan jumlah yang sama dengan perusahaan besar sehingga Pemerintah perlu menyederhanakan atau membuat sistem perpajakan yang sesuai untuk UKM (Ponoricã & Al-Saedi, 2015). Tingkat kepatuhan pajak tinggi berdampak pada kemudahan wajib pajak UMKM untuk menjadi rekanan pemerintah sehingga akan meningkatkan penjualan (pertumbuhan usaha) tetapi dapat juga meningkatkan biaya sehingga menghambat pertumbuhan usaha. Penelitian tentang hubungan pajak dengan pertumbuhan usaha dilakukan oleh Beck *et al* (2005) yang menemukan bahwa UKM masih mengalami berbagai kesulitan untuk meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan usahanya, khususnya dalam pembiayaan. Biaya pajak merupakan salah satu pertimbangan dalam menentukan jenis pembiayaan sehingga ketika literasi perpajakan baik maka pertumbuhan perusahaan juga akan meningkat.

H₁ Literasi Perpajakan berpengaruh terhadap Pertumbuhan Usaha

2.2 Pertumbuhan Usaha dan Keunggulan Bersaing

Cantele (2018) menghasilkan temuan bahwa keunggulan kompetitif dipengaruhi oleh pertumbuhan perusahaan. Hasil penelitian Bashor, *et al* (2017) menyatakan bahwa kinerja manajer, faktor orientasi kewirausahaan, pertumbuhan usaha dan kreativitas secara langsung berpengaruh positif pada keunggulan kompetitif. Temuan Sucuahi (2013) adalah peran signifikan UKM dapat dibayangi dan dipertahankan melalui manajemen keuangan yang baik dan tepat dari para pengusaha itu sendiri. Menurut pandangan berbasis sumber daya (resource-based view), banyak sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Das & Teng (2000) berpendapat bahwa tingkat mempertahankan keunggulan kompetitif oleh perusahaan tergantung pada kemampuan mereka untuk mempertahankan heterogenitas sumber pengetahuan mereka

H₂ Pertumbuhan Usaha berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing

Diperlukan upaya-upaya strategis guna meningkatkan keberlangsungan UMKM. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memperkaya pengetahuan pelaku UMKM terhadap pengetahuan perpajakan. Literatur telah

banyak yang mengkonfirmasi bahwa kemampuan perusahaan dalam memahami sistem perpajakan, memiliki kesadaran terhadap pembayaran pajak akan berdampak pada tingkat pertumbuhan perusahaan (Binks dan Ennew, 1996; Bygrave dan Zacharakis, 2008; Grande, Madsen, dan Borch, 2011; Adomoko *et al*, 2016). UMKM memiliki karakteristik yang cukup unik untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis dan *stakeholders*. Sektor bisnis ini cenderung untuk lebih bekerjasama daripada berkompetisi dalam hubungan antar pelaku usahanya (Kumar *et al*, dan Menini, 2012). *Knowledge sharing* ke UMKM terjadi tidak hanya dari pemerintah, akademisi, atau bisnis besar saja, namun *knowledge sharing* antar UMKM bisa menjadi kunci utama keberhasilan UMKM dalam berkembang di era perdagangan global. Sangat penting untuk menyadari diperlukan kerjasama intraUMKM untuk mencapai kemampuan yang saling melengkapi.

H3Pertumbuhan Usaha Memediasi Peran Pengaruh Literasi Perpajakan Terhadap Keunggulan Bersaing

3. METODE PENELITIAN

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantoro dan Supomo, 1999). Dengan kata lain populasi merupakan kumpulan individu atau obyek penelitian yang mempunyai kualitas-kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau obyek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik (Cooper & Emory, 1998). Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM Industri Kreatif yang ada di seluruh Daerah Istimewa Yogyakarta.

Sedangkan sampel adalah kumpulan sebagian anggota dari obyek yang diteliti Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*, suatu jenis *judgement sampling* yaitu sampel dipilih dengan menggunakan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian atau masalah penelitian yang dikembangkan (Sugiyono, 2008). Adapun pemilihan sampel untuk penelitian ini adalah UMKM jumlahnya terbanyak di tiap kabupaten dan kotamadya yaitu di Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, Kabupaten Gunungkidul, Kabupaten Kulonprogo dan Kota Yogyakarta. Teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan bantuan software *Partial Least Square*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Variabel Penelitian

1. Variabel Literasi Pajak

Penjelasan lebih rinci mengenai variabel literasi pajak dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

Tabel 1. Persepsi Responden Terhadap Variabel Literasi Pajak

| No. | PERNYATAAN | Frekuensi | | | | | Rata-rata | Keterangan |
|---------------|--------------------------------------|------------|------------|------------|-------------|------------|-------------|---------------|
| | | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) | | |
| LP1 | NPWP mempermudah usaha | 1 | 4 | 20 | 109 | 135 | 4.39 | Sangat Tinggi |
| LP2 | NPWP sebagai syarat pengajuan kredit | 1 | 8 | 24 | 110 | 126 | 4.31 | Sangat Tinggi |
| LP3 | NPWP mempermudah penjualan produk | 2 | 9 | 21 | 109 | 128 | 4.31 | Sangat Tinggi |
| LP4 | Dasar perhitungan pajak | 1 | 2 | 20 | 180 | 66 | 4.14 | Tinggi |
| LP5 | Kemudahan penghitungan pajak | 21 | 91 | 57 | 89 | 11 | 2.92 | Sedang |
| LP6 | Pengetahuan pengisian SPT | 1 | 7 | 39 | 189 | 33 | 3.91 | Tinggi |
| LP7 | Kemudahan pengisian SPT | 16 | 101 | 56 | 72 | 24 | 2.95 | Sedang |
| LP8 | Tempo pembayaran pajak / SPT | 0 | 1 | 28 | 200 | 40 | 4.04 | Tinggi |
| LP9 | Perhitungan pajak yang berbeda-beda | 2 | 9 | 30 | 172 | 56 | 4.01 | Tinggi |
| Jumlah | | 45 | 232 | 295 | 1230 | 619 | 3.89 | Tinggi |

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 1 tersebut di atas dapat dilihat bahwa variabel Literasi Pajak (LP) mempunyai nilai rata-rata sebesar 3,89 atau dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden secara umum mempunyai pengetahuan perpajakan yang baik. Pernyataan yang mempunyai nilai rata-rata paling tinggi adalah LP1(NPWP mempermudah usaha) yaitu mencapai 4,39 atau dalam kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden mengerti bahwa memiliki NPWP sangat mempermudah dalam menjalankan usaha. Pernyataan yang

mempunyai nilai rata-rata paling rendah adalah LP5 (kemudahan penghitungan pajak) yaitu sebesar 2,92 atau dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa agak kesulitan dalam melakukan penghitungan pajak yang harus mereka bayarkan.

2. Variabel Pertumbuhan Usaha

Penjelasan lebih rinci mengenai variabel Pertumbuhan Usaha dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

Tabel 2. Persepsi Responden Terhadap Variabel Pertumbuhan Usaha

| No. | PERNYATAAN | Frekuensi | | | | | Rata-rata | Keterangan |
|---------------|---|------------|-----------|------------|-------------|-------------|-------------|----------------------|
| | | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) | | |
| PU1 | Pencapaian break event poin (titik impas) | 3 | 10 | 41 | 125 | 90 | 4.07 | Tinggi |
| PU2 | Pelacakan kepuasan konsumen | 0 | 6 | 32 | 140 | 91 | 4.17 | Tinggi |
| PU3 | Pelacakan kepuasan karyawan/manajer | 0 | 7 | 39 | 132 | 91 | 4.14 | Tinggi |
| PU4 | Pertumbuhan jumlah karyawan | 0 | 8 | 38 | 132 | 91 | 4.14 | Tinggi |
| PU5 | Pertumbuhan asset | 1 | 5 | 27 | 139 | 97 | 4.21 | Tinggi |
| PU6 | Pertumbuhan jumlah modal usaha | 1 | 4 | 26 | 127 | 111 | 4.28 | Sangat Tinggi |
| PU7 | Pengelolaan sumber daya perusahaan | 0 | 4 | 24 | 107 | 134 | 4.38 | Sangat Tinggi |
| PU8 | Pengetahuan pertumbuhan bisnis sebagai kunci utama bagi keberlangsungan perusahaan | 0 | 0 | 8 | 125 | 136 | 4.48 | Sangat Tinggi |
| PU9 | Kemampuan mempertahankan heterogenitas sumber pengetahuan karyawan | 0 | 0 | 27 | 116 | 126 | 4.37 | Sangat Tinggi |
| PU10 | Frekuensi perusahaan melakukan kegiatan untuk mendapatkan sumber daya dan mengembangkan lebih lanjut sumber daya. | 0 | 1 | 23 | 131 | 114 | 4.33 | Sangat Tinggi |
| Jumlah | | 5 | 45 | 285 | 1274 | 1081 | 4.26 | Sangat Tinggi |

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 2 tersebut di atas dapat dilihat bahwa variabel Pertumbuhan Usaha (PU) mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,26 atau dalam kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa bahwa usaha yang dijalankannya mempunyai pertumbuhan usaha yang sangat tinggi. Pernyataan yang mempunyai nilai rata-rata paling tinggi adalah PU8 (Pengetahuan pertumbuhan bisnis sebagai kunci utama bagi keberlangsungan perusahaan) yaitu mencapai 4,48 atau dalam kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat yakin bahwa pertumbuhan bisnis merupakan kunci utama bagi keberlangsungan perusahaan. Pernyataan yang mempunyai nilai rata-rata paling rendah adalah PU1 (pencapaian break event poin (titik impas)) yaitu sebesar 4,07. Meskipun paling rendah tetapi masih dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa telah mencapai break event poin (titik impas).

3. Variabel Keunggulan Bersaing

Penjelasan lebih rinci mengenai variabel Keunggulan Bersaing dapat dilihat pada Tabel berikut ini

Tabel 3. Persepsi Responden Terhadap Variabel Keunggulan Bersaing

| No. | PERNYATAAN | Frekuensi | | | | | Rata-rata | Keterangan |
|---------------|---|------------|-----------|------------|-------------|-------------|-------------|----------------------|
| | | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) | | |
| KB1 | Kualitas produk sama dengan perusahaan lain tapi dengan harga lebih rendah. | 27 | 60 | 39 | 111 | 32 | 3.23 | Sedang |
| KB2 | Manfaat produk. | 0 | 0 | 16 | 148 | 105 | 4.33 | Sangat Tinggi |
| KB3 | Harga produk. | 0 | 1 | 15 | 144 | 109 | 4.34 | Sangat Tinggi |
| KB4 | Kualitas produk | 0 | 0 | 8 | 137 | 124 | 4.43 | Sangat Tinggi |
| KB5 | Standar produk | 1 | 0 | 7 | 139 | 122 | 4.42 | Sangat Tinggi |
| KB6 | Produk memenuhi kebutuhan pelanggan | 0 | 1 | 6 | 145 | 117 | 4.41 | Sangat Tinggi |
| KB7 | Akses (diketahui) pelayanan pelanggan. | 0 | 1 | 13 | 151 | 104 | 4.33 | Sangat Tinggi |
| KB9 | Kecepatan pelayanan | 0 | 0 | 14 | 142 | 113 | 4.37 | Sangat Tinggi |
| KB10 | Layanan purna jual | 0 | 2 | 12 | 151 | 104 | 4.33 | Sangat Tinggi |
| KB11 | Efisiensi biaya produksi | 2 | 6 | 31 | 127 | 103 | 4.20 | Sangat Tinggi |
| Jumlah | | 5 | 45 | 285 | 1274 | 1081 | 4.24 | Sangat Tinggi |

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3 tersebut di atas dapat dilihat bahwa variabel Keunggulan Bersaing (KB) mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,24 atau dalam kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa bahwa usaha mampu bersaing dengan produk-produk dan usaha-usaha yang lain. Pernyataan yang mempunyai nilai rata-rata paling tinggi adalah KB4 (kualitas produk) yaitu mencapai 4,42 atau dalam kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa produk yang dihasilkan mempunyai kualitas yang sangat tinggi. Pernyataan yang mempunyai nilai rata-rata paling rendah adalah KB1 (kualitas produk sama dengan perusahaan lain tapi dengan harga lebih rendah) yaitu sebesar 3,23 atau dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa kualitas produk dan harga jualnya mempunyai nilai yang sama dengan produk yang lain.

Model Persamaan Struktural

Convergent Validity dan Composite Reliability pada Outer Model

Covergent validity merujuk kepada validitas dari item-item penyusun sebuah laten dengan indikator-indikator reflektif. Convergent validity diperiksa melalui dua ukuran yaitu nilai Average Variance Extracted (AVE) dan nilai composite reliability (CR) dari laten reflektif. Convergent validity terbentuk bila nilai AVE > 0,5 dan composite reliability di atas 0,7.

Tabel 4. Nilai AVE dan Composite Reliability (CR)

| No | Konstruk | Nilai AVE | Composite Reliability | Keterangan |
|----|--------------------------|-----------|-----------------------|------------|
| 1 | Keunggulan Bersaing (KB) | 0.586 | 0.927 | Reliabel |
| 2 | Literasi Pajak (LP) | 0.551 | 0.880 | Reliabel |
| 3 | Pertumbuhan Usaha (PU) | 0.602 | 0.938 | Reliabel |

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Tabel 4 memperlihatkan bahwa seluruh variabel penelitian mempunyai nilai AVE > 0,5 dan CR >0,7. Ini berarti bahwa tersebut tidak terdapat kesalahan pengukuran (*measurement error*) pada model luar dan seluruh variabel laten bisa digunakan untuk memprediksi fungsi-fungsi struktural pada model dalam (*inner model*).

Discriminant Validity pada Inner Model

Pemeriksaan laten pada inner model dilakukan dengan melakukan validasi suatu item, yaitu dengan membandingkan

\sqrt{AVE} masing-masing korelasi antar variabel yang membentuk variabel laten. Bila nilai dari \sqrt{AVE} lebih besar dari

nilai korelasinya, maka item dalam variabel dianggap valid.

Tabel 5. Discriminant Validity pada Variabel Penelitian

| Konstruk | KB | LP | PU |
|---------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Keunggulan Bersaing (KB) | 0.766 | | |
| Literasi Pajak (LP) | 0.539 | 0.742 | |
| Pertumbuhan Usaha (PU) | 0.645 | 0.727 | 0.776 |

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Tabel 5 menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian dinyatakan valid karena mempunyai nilai \sqrt{AVE} yang lebih tinggi daripada korelasi antar variabelnya.

Evaluasi OuterModel

Hasil analisis uji outer model dapat dilihat pada Tabel yang menunjukkan seluruh item yang mempunyai nilai outer loading yang lebih besar dari 0,5; serta uji signifikansi outer loading menunjukkan seluruh item juga memiliki nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa item kuesioner dalam penelitian ini mempunyai outer model baik.

Tabel 6. Hasil Analisis Uji Outer Model

| Path | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Sig. |
|------------------|---------------------|-----------------|----------------------------|------------------------|--------------------------|-------|
| KB10 ← KB | 0.761 | 0.766 | 0.050 | 0.050 | 15.268 | 0.000 |
| KB11 ← KB | 0.630 | 0.641 | 0.076 | 0.076 | 8.286 | 0.000 |
| KB2 ← KB | 0.743 | 0.732 | 0.068 | 0.068 | 10.850 | 0.000 |
| KB3 ← KB | 0.802 | 0.796 | 0.060 | 0.060 | 13.406 | 0.000 |
| KB4 ← KB | 0.791 | 0.783 | 0.069 | 0.069 | 11.421 | 0.000 |
| KB5 ← KB | 0.727 | 0.731 | 0.152 | 0.152 | 4.799 | 0.000 |
| KB6 ← KB | 0.825 | 0.825 | 0.049 | 0.049 | 16.740 | 0.000 |
| KB7 ← KB | 0.815 | 0.812 | 0.037 | 0.037 | 22.253 | 0.000 |
| KB9 ← KB | 0.776 | 0.778 | 0.052 | 0.052 | 14.856 | 0.000 |
| LP1 ← LP | 0.766 | 0.764 | 0.059 | 0.059 | 12.929 | 0.000 |
| LP2 ← LP | 0.812 | 0.810 | 0.048 | 0.048 | 17.091 | 0.000 |
| LP3 ← LP | 0.775 | 0.768 | 0.070 | 0.070 | 11.142 | 0.000 |
| LP4 ← LP | 0.704 | 0.695 | 0.074 | 0.074 | 9.460 | 0.000 |
| LP8 ← LP | 0.710 | 0.712 | 0.073 | 0.073 | 9.797 | 0.000 |
| LP9 ← LP | 0.678 | 0.686 | 0.084 | 0.084 | 8.044 | 0.000 |
| PU1 ← PU | 0.671 | 0.673 | 0.067 | 0.067 | 10.055 | 0.000 |
| PU10 ← PU | 0.805 | 0.803 | 0.039 | 0.039 | 20.605 | 0.000 |
| PU2 ← PU | 0.781 | 0.779 | 0.048 | 0.048 | 16.417 | 0.000 |
| PU3 ← PU | 0.827 | 0.826 | 0.032 | 0.032 | 25.690 | 0.000 |
| PU4 ← PU | 0.793 | 0.789 | 0.047 | 0.047 | 16.858 | 0.000 |

| | | | | | | |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|
| PU5 ← PU | 0.781 | 0.776 | 0.047 | 0.047 | 16.723 | 0.000 |
| PU6 ← PU | 0.764 | 0.769 | 0.062 | 0.062 | 12.224 | 0.000 |
| PU7 ← PU | 0.847 | 0.847 | 0.033 | 0.033 | 25.635 | 0.000 |
| PU8 ← PU | 0.625 | 0.627 | 0.080 | 0.080 | 7.842 | 0.000 |
| PU9 ← PU | 0.839 | 0.837 | 0.033 | 0.033 | 25.090 | 0.000 |

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Koefisien Determinasi Variabel Endogen

Variabel endogen pada inner model dari persamaan struktural menunjukkan bahwa Pertumbuhan Usaha (PU) ditentukan oleh Literasi Pajak (LP), serta Keunggulan Bersaing (KB) ditentukan oleh Pertumbuhan Usaha (PU).

Tabel 7. Nilai R²dari Laten-laten Endogen pada Inner Model

| Variabel eksogen | Variabel Endogen | Nilai R ² |
|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Literasi Pajak (LP) | Pertumbuhan Usaha (PU) | 0.925 |
| Pertumbuhan Usaha (PU) | Keunggulan Bersaing (KB) | 0.912 |

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 7 dapat dihitung besarnya koefisien determasi total (Q²) :

$$\begin{aligned}
 Q^2_{\text{predictive}} &= 1 - (1 - 0,925)(1 - 0,912) \\
 &= 1 - (0,075 \times 0,088) \\
 &= 1 - (0,0066) \\
 &= 0,9934
 \end{aligned}$$

Koefisien determinasi (R²) total dalam penelitian ini sebesar 0,9934 atau mampu memprediksi model mencapai 99,3% sedang sisanya sebesar 0,7% disebabkan oleh variabel- variabel di luar model.

Q² Predictive Relevance

Evaluasi model juga dapat dilihat dari Q² predictive relevance atau sering disebut predictive sample reuse. Besarnya nilai Q² dapat dilihat pada Tabel 8

Tabel 8. Q² Predictive Relevance

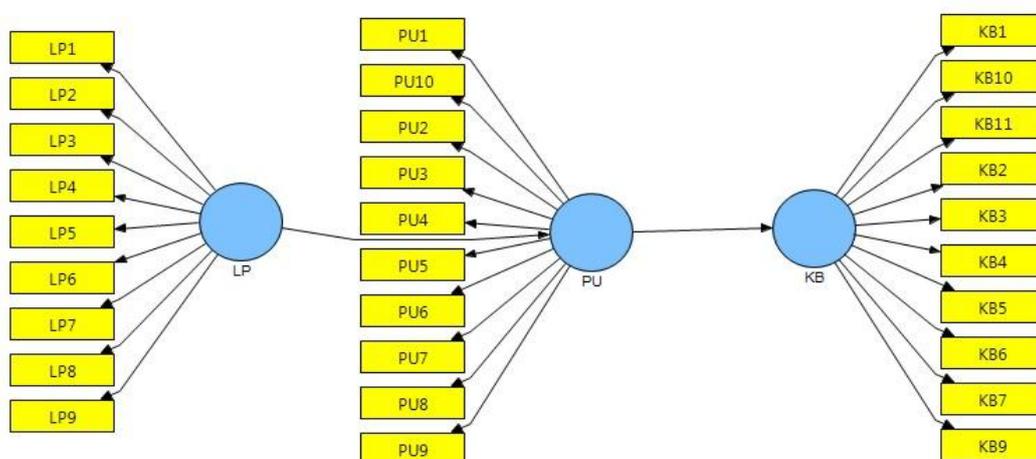
| Konstruk | 1-SSE/SSO (Q ²) | R Square |
|---------------------------------|-----------------------------|----------|
| Keunggulan Bersaing (KB) | 0.212 | 0.416 |
| Literasi Pajak (LP) | 0.371 | |
| Pertumbuhan Usaha (PU) | 0.302 | 0.529 |

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat bahwa Q² dari seluruh variabel penelitian mempunyai nilai yang lebih besar dari 0. Hal ini menunjukkan bahwa model mempunyai predictive relevance yang baik.

Interpretasi Model Persamaan Struktural

Penggunaan Partial Least Square (PLS) untuk menganalisis serta mengevaluasi validitas dan kausalitas antar konstruk dari model dalam penelitian ini menggunakan software Smart PLS. Penelitian ini menguji empat hipotesis pada inner model.



Gambar 1. Model Struktural (Inner Model) Antar Variabel Laten

Tabel 9. Hasil Uji Inner Model

| Hipotesis | Path | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | Sig. |
|-----------|---------|---------------------|-----------------|------------------------|--------------------------|-------|
| 1 | LP → PU | 0.727 | 0.736 | 0.058 | 12.606 | 0.000 |
| 2 | PU → KB | 0.645 | 0.651 | 0.062 | 10.375 | 0.000 |

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Hasil uji inner model seperti tercantum pada Tabel 9 menunjukkan dari dua jalur hubungan menunjukkan seluruh jalur adalah signifikan pada $\alpha = 0,05$.

1. Literasi Pajak (LP) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Usaha (PU) dengan koefisien jalur sebesar 0,727 dengan nilai t hitung = 12,606 dan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari α (0,05). Koefisien yang bertanda positif ini menunjukkan meningkatnya Literasi Pajak (LP) dapat mendorong Pertumbuhan Usaha (PU).
2. Pertumbuhan Usaha (PU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing (KB) dengan koefisien jalur sebesar 0,645 dengan nilai t hitung = 10,375 dan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari α (0,05). Koefisien yang bertanda positif ini menunjukkan meningkatnya Pertumbuhan usaha (PU) dapat mendorong Keunggulan Bersaing (KB).

Pengaruh Tidak Langsung

Pengaruh tidak langsung adalah besar pengaruh dari suatu konstruk eksogen ke konstruk endogen melalui konstruk endogen lainnya. Pada model analisis jalur terdapat dua pengaruh tidak langsung seperti yang dijelaskan pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Perhitungan Pengaruh Tidak Langsung Pada Inner Model

| Eksogen | Mediasi | EndogeV | Sobel Test (a x b) | | | Keputusan |
|----------------|-------------------|---------------------|--------------------|--------|---------|-----------|
| | | | axb | Z-test | p-value | |
| Literasi Pajak | Pertumbuhan Usaha | Keunggulan Bersaing | 0.469 | 8.011 | 0.000 | Memediasi |

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 10 dapat disimpulkan bahwa Pengaruh tidak langsung Literasi Pajak (LP) terhadap Keunggulan Bersaing (KB) melalui Pertumbuhan Usaha (PU) mempunyai koefisien jalur sebesar 0,469 dengan

z hitung 8,011 dan signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari α (0,05). Hal ini berarti Pertumbuhan Usaha (PU) memediasi pengaruh Literasi Pajak (LP) terhadap Keunggulan Bersaing (KB).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Pajak (LP) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Usaha (PU) dengan koefisien jalur sebesar 0,727 dengan tingkat signifikansi 0,000. Mengacu pada persepsi responden, pernyataan yang mempunyai nilai rata-rata paling rendah adalah LP5 (kemudahan penghitungan pajak) Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa agak kesulitan dalam melakukan penghitungan pajak yang harus mereka bayarkan. Nero dan Amrizah (2003; 2005) menekankan bahwa seseorang harus tahu bagaimana menentukan kewajiban pajak jika mereka tahu apa yang merupakan penghasilan kena pajak, pengurangan yang dapat dikurangkan, keringanan serta penerapan tarif pajak terhadap pendapatan kena pajak. Simanjuntak dan Mukhlis (2012) menjelaskan tidak semua wajib pajak termasuk UMKM dapat memahami aturan maupun prosedur implementasi pelaporan pajak yang benar karena kurangnya pemahaman peraturan perpajakan. Kebanyakan UKM merasa bahwa sistem perpajakan tidak adil karena UKM harus membayar dengan jumlah yang sama dengan perusahaan besar sehingga pemerintah perlu menyederhanakan atau membuat sistem perpajakan yang sesuai untuk UKM (Ponoricã & Al-Saedi, 2015). Tingkat kepatuhan pajak tinggi berdampak pada kemudahan wajib pajak UMKM untuk menjadi rekanan pemerintah sehingga akan meningkatkan penjualan (pertumbuhan usaha) tetapi dapat juga meningkatkan biaya sehingga menghambat pertumbuhan usaha.

Pertumbuhan Usaha (PU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing (KB) dengan koefisien jalur sebesar 0,645 dengan tingkat signifikansi 0,000. Cantele (2018) menghasilkan temuan bahwa keunggulan kompetitif dipengaruhi oleh pertumbuhan perusahaan. Hasil penelitian Bashor, *et al* (2017) menyatakan bahwa kinerja manajer, faktor orientasi kewirausahaan, pertumbuhan usaha dan kreativitas secara langsung berpengaruh positif pada keunggulan kompetitif. Temuan Sucuahi (2013) adalah peran signifikan UKM dapat dibayangi dan dipertahankan melalui manajemen keuangan yang baik dan tepat dari para pengusaha itu sendiri.

Pertumbuhan Usaha (PU) memediasi pengaruh Literasi Pajak (LP) terhadap Keunggulan Bersaing (KB). Diperlukan upaya-upaya strategis guna meningkatkan keberlangsungan UMKM. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memperkaya pengetahuan pelaku UMKM terhadap pengetahuan perpajakan. Literatur telah banyak yang mengkonfirmasi bahwa kemampuan perusahaan dalam memahami sistem perpajakan, memiliki kesadaran terhadap pembayaran pajak akan berdampak pada tingkat pertumbuhan perusahaan (Binks dan Ennew, 1996; Bygrave dan Zacharakis, 2008; Grande, Madsen, dan Borch, 2011; Adomoko *et al*, 2016). UMKM memiliki karakteristik yang cukup unik untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis dan *stakeholders*. Sektor bisnis ini cenderung untuk lebih bekerjasama daripada berkompetisi dalam hubungan antar pelaku usahanya (Kumar *et al*, dan Menini, 2012). *Knowledge sharing* ke UMKM terjadi tidak hanya dari pemerintah, akademisi, atau bisnis besar saja, namun *knowledge sharing* antar UMKM bisa menjadi kunci utama keberhasilan UMKM dalam berkembang di era perdagangan global.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Literasi pajak dan pertumbuhan usaha berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Serta pertumbuhan usaha memediasi pengaruh literasi pajak terhadap keunggulan bersaing. Hasil riset ini masih berlangsung sehingga kesimpulan sangat bersifat parsial. Dengan kecenderungan untuk mengatasi keterbatasan yang dimiliki, UMKM memiliki karakteristik kooperatif dalam menjalankan bisnisnya untuk saling melengkapi keterbatasan dan memperoleh keunggulan kompetitif yang spesifik untuk bersaing di lingkungan global. Mengacu pada persepsi responden, pernyataan yang mempunyai nilai rata-rata paling rendah adalah LP5 (kemudahan penghitungan pajak) Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa agak kesulitan dalam melakukan penghitungan pajak yang harus mereka bayarkan. Dengan demikian, ada tantangan besar bagi pelaku UMKM kreatif untuk memiliki pengetahuan lebih mengenai literasi perpajakan. Dimana dengan meningkatnya literasi perpajakan, pemilik dan atau pengelola UMKM diharapkan diharapkan mampu membuat keputusan manajemen yang tepat untuk keberhasilan dan keberlanjutan usaha serta sehingga pemerintah perlu menyederhanakan atau membuat sistem perpajakan yang sesuai untuk UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Adomoko, S., Danso, A., dan Damoah, J.O. (2016). The Moderating Influence Of Financial Literacy On The Relationship Between Access To Finance Andfirm Growth In Ghana. *Venture Capital*. 18(1). 43-61
- Agyei, S. K. (2018). (2018). Culture, Financial Literacy, and SME Performance in Ghana. *Cogent Economics*

- & *Finance*, 6, 1–16. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/23322039.2018.1463813>
- Bardai, B. (1992). Tax Illiteracy in Malaysia : Problems Solutions. *Journal of ACCAMADIA* 2 (2): 7-31
- Bashor, Choirul, Chamdan Purnama. (2017). Factors Affecting Performance Manager and Its Impact on Competitive Advantage: Studies Small Medium Enterprises (SMEs) in The Shoes Industry Mojokerto East Java. DOI: 10.1515/mjss-2017-0014
- Beck, T., A. Demirguc-Kunt, Dan V. Maksimovic. (2005). Financial and Legal Constraints to Growth: Does Firm Size Matter?. *The Journal Of Finance*. 60 (1). 137–177
- Binks, M. R., dan C. T. Ennew. (1996). Growing Firms And Credit Constraints. *Small Business Economics*. 8. 17–25
- Bygrave, W. D., dan A. Zacharakis. (2008). *Entrepreneurship*. New York. Wiley
- Cantele S., Zardini A. (2018). Is Sustainability a Competitive Advantage for Small Businesses? An Empirical Analysis of Possible Mediators in the Sustainability-Financial Performance Relationship. *Journal of Cleaner Production* 182 (2018)
- Cooper Donald R.C., William Emory. (1998). *Metode Penelitian Bisnis*, Erlangga : Jakarta
- Cvrlje, Dajana. (2015). Tax Literacy As An Instrument Of Combating And Overcoming Tax System Complexity, Low Tax Morale And Tax Non-Compliance. *The Macrotheme Review* 4(3). Spring 2015
- Das, T.K., & Teng, B. S. (2000). A Resource-Based Theory of Strategic Alliances. *Journal of Management*. 26(1), 31–61
DOI: <https://doi.org/10.1177/014920630002600105>
- Freudenberg, Brett, Chardon, Toni, Brimble, Mark, Belle Isle, Melissa. (2017). Tax Literacy of Australian Small Businesses. *Journal of Australian Taxation*. 18 (2)
- Grande, J., E. L. Madsen, dan O. J. Borch. (2011). The Relationship Between Resources, Entrepreneurial Orientation And Performance In Farm-Based Ventures. *Entrepreneurship & Regional Development : An International Journal*. 23(3). 89–111
- Indriantoro, Nur & Bambang Supomo. (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis : Untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPFE. Yogyakarta
- Kasipillai, J. & Baldry, J. (1995). What do Malaysian Taxpayers know ?, Malaysian Accountant, February: 2-7
- Kumar, K., Boesso, G., Favotto, F., dan Menini, A. (2012). Strategic Orientation, Innovation Patterns And Performances Of Smes And Large Companies. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 19 (1). 132 - 145
- Madi, Nero, Amrizah Kamaluddin, Tamoi Jangu, Muliati Binti Abu Ibrahim and Aizimah Binti Abu Samah. (2010). Tax Literacy among Employees: Sabah and Sarawak’s Perspective. *International Journal of Economics and Finance*. 2 (1)
- Nero M. and Amrizah K. (2003), Are Salaried Individuals in Sarawak ready for Self-Assessment System, SAS, in 2004?, paper presented at SEMACC 2003, December 2003, Putra Palace, Perlis
- Nero M. and Amrizah K. (2005). Tax Literacy among Employees in Sarawak, *Jurnal Akademik* December 2005 Issue pp. 22-42
- Ponorică, A.G., & Al-Saedi, A.H.J. (2015). The Importance of Taxation Systems for SME Tax Compliance. Management and Innovation For Competitive Advantage, diakses 23 Mei 2018.
<http://conferinta.management.ase.ro/archives/2015/pdf/14.pdf>.
- Razman, A. A. L . and Ariffin A. N. 2000, ‘Tax Literacy among Taxpayers in Klang Valley’ paper presented at Seminar FEP 2000, Review Beach Resort, Pulau Pinang, October 2000 20-23
- Simanjuntak, Timbul H dan Imam Mukhlis. (2012). *Dimensi Ekonomi Perpajakan dalam Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: Raih Asa Sukses
- Sucuahi, W.T. (2013). Determinants of Financial Literacy of Micro Entrepreneurs in Davao City. *International Journal of Accounting Research*, 1(1), 44-51. DOI: <https://doi.org/10.12816/0001127>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Penerbit Alfabeta. Bandung
<https://economy.okezone.com>, diakses 10 Juli 2019
depkop.go.id/uploads/tx_rtgfiles/22_Paparan_Rakornas_Yogyakarta_2018DIY.pdf, diakses 10 Juli 2019