

## PENDAMPINGAN, PENGEMBANGAN BISNIS, DAN PERPAJAKAN BAGI PENGUSAHA DI KOTABARU DRIYOREJO GRESIK

Kazia Laturette<sup>1\*</sup>, Maria Assumpta Evi Marlina<sup>2</sup>, dan Anastasia Filiana Ismawati<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Ciputra Surabaya

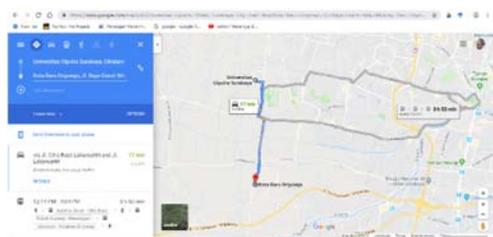
Email : [klaturette@ciputra.ac.id](mailto:klaturette@ciputra.ac.id)

### Abstrak

Para pelaku usaha UMKM di perumnas Driyorejo setidaknya telah menjalankan usaha lebih dari dua tahun, namun tidak mengalami perkembangan dari segi omset, profit, pangsa pasar dan juga perkembangan usaha. Hal ini dapat dilihat dengan masih samanya proses pengelolaan usaha dari usaha berdiri hingga saat ini. Beberapa pelaku usaha UMKM juga masih mencampurkan pengelolaan bisnis dengan pengelolaan rumah tangga baik dari segi keuangan dan operasional. Para pelaku usaha UMKM ada yang mendapatkan kesempatan untuk bermitra dengan perusahaan besar, namun masih terkendala dengan masalah perpajakan seperti NPWP. Beberapa pelaku usaha UMKM tidak memiliki NPWP karena tidak tahu cara membuat dan kegunaannya sebagai seorang pelaku usaha UMKM. Solusi dari permasalahan ini adalah memberikan kegiatan pendampingan, pengembangan bisnis dan perpajakan ini. Pelaku usaha UMKM diberi motivasi melalui cerita orang sukses, pemaparan materi mengenai pengembangan bisnis dan perpajakan. Kemudian melakukan mentoring dengan mentor yang ahli di bidangnya. Berdasarkan hasil mentoring dengan para mentor, peserta menunjukkan antusiasme dan ingin melakukan eksekusi untuk mengembangkan bisnisnya. Hasil dari mentoring ini menunjukkan adanya perkembangan yang progresif dari segi motivasi dan strategi pengembangan bisnis, hal yang terakhir harus ditunjukkan oleh peserta UMKM adalah perkembangan bisnis secara konkret oleh pelaku UMKM.

### Pendahuluan

Pemerintah Kabupaten Gresik sangat mendukung UMKM di Gresik dapat berdaya saing. ([Gresikkab.go.id](http://Gresikkab.go.id)). Driyorejo, Gresik memiliki jumlah penduduk sebanyak 103.623 jiwa, dengan 16 desa, 108 RW, dan 456 RT sebagian besar penduduknya bekerja sebagai petani (BPS, 2014). Berdasarkan data UMKM unggulan Kabupaten Gresik dalam [web.gresikkab.go.id](http://web.gresikkab.go.id) terdapat 638 UMKM unggulan, dari jumlah tersebut tidak sampai 5% merupakan UMKM yang berasal dari Kota baru Driyorejo Gresik. Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Kotabaru Driyorejo Gresik Perumnas. Berikut gambar peta dari Universitas Ciputra



Pelaku UMKM perumnas sebagian besar adalah ibu rumah tangga yang juga menjalankan usaha di rumah dan tetap mengurus keluarga. Sebagian besar juga pelaku UMKM perumnas driyorejo juga merupakan penduduk tetap atau sudah lama menempati rumah di daerah kotabaru Driyorejo Gresik, sehingga penduduk didaerah perumnas kotabaru sudah saling mengenal satu sama lain. UMKM yang ada di perumnas kota baru driyorejo memulai aktivitas penjualan rata-rata dimulai pukul 08.00 setelah jam berangkat anak sekolah dan sampai sore hingga malam. Pelaku UMKM masih mengutamakan keluarga dalam menjalankan operasional usahanya. Pelaku UMKM Perumnas Kotabaru Driyorejo Gresik memiliki jenis usaha yang beraneka macam, seperti laundry, jamu, perkebunan, kuliner, salon, dan toko kelontong. Pelaku UMKM di perumnas Driyorejo sebagian besar adalah ibu rumah tangga dan tempat usaha ada di rumah. Sebagian besar tempat usaha pelaku UMKM Perumnas Kotabaru Driyorejo Gresik saling berdekatan.

Berdasarkan hasil observasi dan mentoring yang dilakukan didapatkan persoalan yaitu adanya pengelolaan usaha dan rumah tangga yang dijadikan satu, sikap kurang objektif dalam melayani pelanggan, keramah-tamahan yang berlebihan kepada kerabat dalam usaha, contohnya memberikan oleh-oleh kepada kerabat atau harga khusus kepada kerabat dari produk yang dijual. Waktu operasional usaha yang bisa berubah menyesuaikan dengan aktivitas keluarga, namun usaha tersebut menjadi usaha penopang kebutuhan keluarga.



**Gambar 1.**  
**Observasi ke**  
**toko jamu**



**Gambar 2.**  
**Observasi ke**  
**salon Ira**

Tujuan dari pengabdian masyarakat kepada pelaku UMKM adalah pendampingan mengembangkan usaha pelaku UMKM secara pangsa pasar, omset dan profit juga pengetahuan perpajakan bagi pelaku UMKM ini.

#### Metode Pelaksanaan

Pelaku UMKM di Kotabaru Driyorejo Gresik masih dilakukan secara tradisional dan belum berkembang, Hal ini dipengaruhi banyaknya pengusaha yang tidak mendapatkan gambaran mengenai perkembangan bisnis atau sulitnya mengembangkan sebuah bisnis. (Abrar, 2017). UMKM harus dinamis, mengikuti perkembangan pasar, kemajuan teknologi, perkembangan ekonomi nasional dan global, dan penemuan mesin terbaru untuk produksi (Tambunan, 2018). Hal ini dapat membuat UMKM berkembang secara pangsa pasar, omset dan profit.

Pelaksanaan pendampingan pengembangan bisnis dan perpajakan dimulai dengan melakukan diskusi ke rumah Pak Tezar untuk mencari tahu kebutuhan pelaku UMKM di Kotabaru Driyorejo Gresik dan observasi ke rumah atau tempat usaha pelaku UMKM di Kotabaru Driyorejo Gresik. Hasil observasi menunjukkan bahwa pelaku UMKM memerlukan pendampingan pengembangan bisnis dan pemahaman mengenai perpajakan,

terutama perpajakan bagi UMKM. Setelah melakukan observasi, tim melakukan kunjungan kedua kalinya untuk menyebarkan undangan dan menanyakan kepastian kedatangan pelaku UMKM ke Universitas Ciputra. Pada tanggal 11 Juli 2019 pukul 13.00 – 16.30 WIB di R.837, pelaksana kegiatan terdiri dari 3 orang dosen, 4 orang asisten yaitu mahasiswa, dan Narasumber terdiri dari 7 dosen Fakultas Manajemen Bisnis yang ahli dibidangnya. Sedangkan peserta yang hadir adalah sebanyak 11 pelaku UMKM, berdasarkan hasil survei yang akan datang sebanyak 25 pelaku UMKM. Hal ini dikarenakan beberapa pelaku UMKM harus mengurus keluarganya dan sakit.

Kegiatan pertama yang dilakukan pada workshop ini adalah menciptakan motivasi atau kesadaran pentingnya perkembangan bisnis. Motivasi ini dilakukan dengan menceritakan perjalanan bisnis UMKM yang telah sukses, dalam contoh ini adalah Keab Pisang Pusing. Simulasi mengenai pentingnya perkembangan bisnis juga dikemas dalam bentuk permainan membuat pesawat terbang dari kertas lipat secara berkelompok. Setiap kelompok diminta untuk membuat pesawat terbang sebanyak-banyaknya dalam waktu 5 menit, tanpa ada arahan jenis dan model pesawat terbang. Dalam sesi ini, ingin melihat bagaimana kerjasama dalam sebuah tim untuk membuat pesawat terbang sebanyak-banyaknya. Tim A membuat 18 pesawat terbang dengan model yang sangat sederhana, sedangkan tim B membuat 8 pesawat terbang dengan model yang sangat kokoh, dan tim C membuat 10 pesawat terbang dengan model yang beraneka. Pada babak pertama ini, setiap tim dimintakan membuat refleksi mengapa tim mereka hanya membuat pesawat terbang sejumlah demikian. Pada Babak kedua, setiap tim diminta untuk membuat pesawat terbang dalam waktu 2 menit, telah menyusun strategi baik itu pembagian tugas, aturan dan cara efektif dalam membuat pesawat terbang.



**Gambar 3.** Kegiatan  
**Simulasi membuat**  
**pesawat terbang Kel A**



**Gambar 4.** Kegiatan  
**Simulasi membuat**  
**pesawat terbang Kel B**

Setelah melakukan strategi ini tim B dan tim C mengalami peningkatan produksi pesawat terbang, sedangkan tim A malah menurun. Inti dari permainan ini adalah setiap usaha atau bisnis harus memiliki strategi peningkatan atau perkembangan bisnis secara efisien dan efektif. Pelaksanaan permainan ini selama 30 menit dan setiap peserta menunjukkan antusiasnya karena ingin membuat pesawat terbang yang mudah, banyak dan tidak ingin kalah dari tim lainnya.

Pemaparan materi mengenai perkembangan bisnis, dilakukan setelah melakukan simulasi. Pemaparan materi mengenai perkembangan bisnis dengan cara melakukan Pertama, mengetahui produk/jasa apa yang ditawarkan, menjadikan produk/jasa tersebut sebagai solusi dari permasalahan pelanggan. *Kedua*, melakukan kegiatan pemasaran yang tepat sesuai dengan pangsa pasar dari produk/jasa yang ditawarkan. *Ketiga*, melakukan penjualan sesuai dengan pangsa pasar dan jenis produk/jasa yang ditawarkan. *Keempat*, melakukan kegiatan manajemen konsumen dengan cara mengenali perilaku setiap konsumen atau pelanggan dan tahu bagaimana cara menangani pelanggan. *Kelima*, melakukan kemitraan. UMKM dapat melakukan kerjasama dalam hal distribusi produk/jasa dengan menggunakan go food atau grab food, melakukan kemitraan dengan tokopedia, shopee atau blibli dalam memasarkan produk. Keenam, melakukan umpan balik atau saran dan pendapat dari konsumen.



**Gambar 5. Pemaparan Materi mengenai Pengembangan bisnis dan Perpajakan**



**Gambar 6. MODUL**

Setelah melakukan pemaparan materi mengenai hal ini, beberapa UMKM berpendapat bahwa selama ini tidak terpikir untuk melakukan pengembangan bisnis dengan cara seperti ini, karena sudah terlalu sibuk dan repot untuk menangani hal teknis sehari-hari dalam usaha. Seperti diketahui biasanya UMKM dijalankan oleh Ibu rumah tangga yang harus membagi perhatiannya antara rumah tangga dan usaha. Sesi pemaparan materi ini

berlangsung selama 30 menit dan kemudian ada sesi tanya jawab. Pemaparan materi yang kedua adalah mengenai perpajakan dalam UMKM. Banyak UMKM yang bertanya, saya selaku UMKM yang masih belum stabil, apakah saya harus membayar pajak. Dalam sesi ini, pelaku UMKM diharapkan untuk tidak melihat pajak sebagai momok atau sesuatu yang menakutkan. Persyaratan wajib pajak, tarif pajak UMKM, cara menghitung pajak UMKM, cara menyeteror pajak UMKM dan cara melaporkan pajak UMKM.



**Gambar 7. Sesi Mentoring**



**Gambar 8. Sesi Mentoring**

Sesi mentoring dilakukan setelah sesi peningkatan motivasi, simulasi dan pemaparan materi diberikan. Hal ini dilakukan agar sebelum melakukan kegiatan mentoring, pikiran atau wawasan dari pelaku UMKM dapat terbuka dan memiliki banyak hal yang ditanyakan. Setelah proses mentoring selesai, akan dilakukan proses evaluasi di antara panitia mengenai perkembangan bisnis pelaku UMKM dan kemudian melakukan kunjungan untuk melihat kemajuan perkembangan bisnis dari pelaku UMKM.

### Hasil Dan Pembahasan

Mentoring yang diadakan pada tanggal 11 Juli 2019 di Universitas Ciputra diikuti oleh 11 pelaku UMKM dengan penuh antusias dan respon. Dari hasil mentoring dengan beberapa mentor didapatkan bahwa banyak pelaku UMKM yang masih harus berjuang untuk bertahan dalam membuka usahanya. Hal ini bisa dilihat dari lamanya usaha yang tidak berkembang dari awal berdiri. Contoh dalam kasus ini adalah usaha dari Pak Tezar yang telah berdiri awal tahun 2018 bergerak di bidang pertanian atau menjual tanaman dan mengerjakan tanaman. Pak Tezar masih sulit atau tidak bisa menentukan harga jual yang pasti dan tepat bagi semua orang dan tidak bisa nego, cara pemasaran juga yang belum stabil dan masih mencari pola atau strategi yang benar. Pak Tezar saat ini dalam berjualan tanaman belum memiliki laporan keuangan

lengkap, hanya menggunakan pencatatan penerimaan dan pengeluaran. Penetapan harga yang belum stabil dikarenakan penjual masih “sungkan” untuk menetapkan harga. Pak Tezar juga masih mencari lokasi penjualan yang tepat sesuai dengan pangsa pasar. Penjualan tanaman berbeda dengan penjualan makanan, harga pokok produksi dan harga jual tidak bisa ditentukan berdasarkan biaya saja.

Berdasarkan pemaparan materi mengenai pengembangan bisnis dan perpajakan yang diberikan sebelumnya oleh mentor atau pemateri, maka Pak Tezar berniat untuk mengembangkan bisnisnya dengan cara menentukan pangsa pasar yang tepat dulu sehingga bisa menentukan pemasaran, harga produksi dan harga jual yang tepat. Setelah melakukan mentoring dengan mentor, Pak Tezar menentukan untuk wilayah surabaya barat ke arah selatan yaitu daerah wiyung, perumahan royal, kebraon, perumahan pratama dan menganti. Wilayah ini dipilih berdasarkan kemampuan daya beli konsumen dan perilaku konsumen. Berdasarkan hasil mentor dengan Bapak Tezar, konsumen di daerah driyorejo cenderung untuk melakukan negosiasi dan belum mempunyai daya beli yang besar. Pemasaran juga dilakukan dengan mengkomunikasikan produk lewat media sosial seperti instagram, tokopedia, dan shopee. Pemasaran lewat media sosial ini membutuhkan arahan lebih lanjut secara teknis mengenai pemanfaatan secara efektif dan efisien.

Setelah menetapkan pangsa pasar, kemudian bersama dengan mentor belajar untuk menghitung harga pokok produksi dan penetapan harga jual. Penetapan harga tidak hanya dihitung berdasarkan biaya namun faktor lain juga ikut mempengaruhi. Pak Tezar juga disarankan untuk memelihara hubungan baik dengan customer melalui layanan konsumen yang tanggap, seperti memberikan garansi 1 bulan untuk tanaman yang layu dan memberikan layanan antar. Dalam hal perpajakan, Pak Tezar belum memenuhi syarat wajib pajak UMKM karena omset yang dihasilkan masih berkisar kurang lebih dua juta rupiah dalam satu bulan. Pak Tezar pernah mendapatkan pesanan untuk membuat tanaman perumahan namun belum bisa memenuhi pesanan tersebut karena salah satu persyaratannya adalah berbadan hukum dan telah memiliki NPWP.

Contoh lain dalam kegiatan ini adalah Bapak Sobirin. dalam melakukan kegiatan penjualan masih belum fokus. Ingin menjual produk yang mana. Bapak Sobirin melakukan penjualan serabutan atau “*palugada*” (*apa lo mau gw ada*). Setelah mengikuti mentoring bersama dan melihat peluang kedepannya. Bapak Sobirin memutuskan untuk fokus kepada penjualan aksesoris dari rotan dengan bahan dasar rotan berasal dari Ponorogo. Kesulitan yang dihadapi oleh Bapak Sobirin adalah jika ingin berjualan, maka Bapak Sobirin membutuhkan modal yang besar. Bapak Sobirin dan mentornya akhirnya menemukan cara untuk mendapatkan uang tanpa harus modal besar yaitu dengan cara mengikuti tender yang diadakan oleh perusahaan. Jika ingin mengikuti tender yang diadakan oleh perusahaan, maka Bapak Sobirin harus memiliki usaha yang berbadan hukum dan telah memiliki NPWP badan. Persyaratan badan hukum dan NPWP, saat ini belum dapat dipenuhi oleh Bapak Sobirin karena beliau masih bertindak sendiri semuanya.

Usaha aksesoris dari rotan ini juga memiliki kendala dari segi produksi, yaitu sedikitnya tukang yang bisa mengerjakan dan bahan produksi yang ada hanya di ponorogo. Melihat hal ini, jika ingin membuka sebuah toko atau etalase mengharuskan Bapak Sobirin memiliki modal yang tinggi, sehingga hasil dari mentoring adalah lebih baik penjualan dilakukan dengan cara mengumpulkan pesanan atau lewat tender. Penetapan harga yang dilakukan oleh Bapak Sobirin menggunakan penetapan harga kompetitif karena produk ini sudah banyak di pasaran. Selama ini Bapak Sobirin menggunakan menetapkan harga berdasarkan hubungan kekerabatan, yang penting terjual dan dari cerita orang, semakin banyak orang yang mengetahui produk tersebut. Sehabis mengikuti mentoring ini, Bapak Sobirin bermaksud untuk memperbaiki pemasaran, penetapan harga yang fixed dan kompetitif, kemudian mengajak pihak lain untuk bekerjasama jika ingin masuk tender ke sebuah perusahaan. Pencatatan laporan keuangan selama ini juga belum dibuat karena transaksi penjualan masih belum stabil. Setelah mengikuti pendampingan ini, Bapak Sobirin akan membeli buku catatan penerimaan dan pengeluaran sederhana.

Selain Pak Tezar yang menjual tanaman dan Bapak Sobirin yang menjual aksesoris, juga ada Ibu Endang yang berjualan

jamu dan Pak Bambang yang memiliki usaha laundry. Setelah melewati proses mentoring didapatkan bahwa UMKM belum dapat berkembang atau maju dikarenakan masih terbatasnya dana operasional dan modal, operasional yang masih tradisional dan manajemen waktu yang belum efektif. Hal yang paling mengesankan dalam proses mentoring ini adalah perhitungan harga produksi dan penetapan harga jual yang masih belum benar, pemasaran yang masih sangat tradisional, layanan konsumen dan menerima umpan balik dari konsumen yang belum ada sehingga penjual atau pelaku UMKM tidak mengetahui apa yang harus diperbaiki dan dikembangkan. Dari aspek perpajakan, pelaku UMKM disarankan untuk membuat NPWP terlebih dahulu sehingga kedepannya lebih muda dalam pengajuan dan penyetoran pajak.

### Ucapan Terima Kasih

Pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat ini mengucapkan terimakasih kepada LPPM Universitas Ciputra atas dukungannya berupa materiil dan non materiil kepada pelaksana kegiatan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan sebuah rangkaian dari Hibah Internal Pengabdian masyarakat yang diadakan oleh LPPM Universitas Ciputra. Pelaksana kegiatan juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak Tezar selaku Ketua Paguyuban UMKM di Perumnas Kotabaru Driyorejo Gresik dan Bapak Bambang yang telah membantu untuk berdiskusi mengenai kondisi sosial, ekonomi dan budaya di daerah Perumnas juga mengkoordinasi pelaku UMKM di Perumnas Kotabaru Driyorejo. Pelaksana juga mengucapkan terimakasih kepada Pelaku UMKM di Perumnas Kotabaru Driyorejo yang telah mengikuti workshop pendampingan pengembangan bisnis dan perpajakan dengan baik, terbuka dan ingin maju. Pelaksana juga berterimakasih kepada para mentor yang telah menjadi fasilitator dalam kegiatan ini. Terima kasih juga disampaikan kepada media masa online beritajatim.com dan wartasa.com, yang telah memberikan kesempatan untuk menyebarluaskan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat.

### Kesimpulan

Kegiatan workshop “Pendampingan pengembangan bisnis dan perpajakan” bagi

pelaku UMKM di Perumnas Kotabaru Driyorejo Gresik mendapatkan respon yang positif, hal ini dapat dilihat dari awal observasi kepada pelaku UMKM dan saat workshop. Pelaku UMKM mau untuk terbuka mengenai permasalahannya dan mengalami perkembangan dengan menerima segala saran atau pandangan dari para mentor. Pelaku UMKM perlu mendapatkan pandangan dan materi mengenai pengembangan bisnis dan perpajakan karena UMKM telah berlangsung beberapa tahun namun belum mengalami perkembangan dikarenakan operasional yang masih sangat sederhana, manajemen waktu yang belum efisien dan efektif dan pendanaan yang masih belum stabil serta pemahaman perpajakan yang masihi minim. Workshop ini, pelaku UMKM diberikan wawasan dan pengetahuan mengenai perkembangan bisnis melalui mengetahui produk/jasa yang ditawarkan, melakukan pemasaran, penjualan, manajemen konsumen, kemitraan dan umpan balik serta pemahaman mengenai perpajakan. Setelah pelaku UMKM memiliki pemahaman dan wawasan kemudian dibahas satu-satu sesuai dengan kebutuhan usaha kepada mentor.

### Daftar Pustaka

- Abrar, A.N. 2017. Jurnalisme Bisnis untuk membangkitkan nalar dan naluri bisnis. Gajah Mada University: Yogyakarta.
- Budiarto, R, et al. 2015. Pengembangan UMKM antara Konseptual dan Pengalaman Praktis. Gajah Mada University: Yogyakarta
- Eka.R. 2018. Pengembangan Bisnis untuk startup (bagian1). Dailysocial. <https://dailysocial.id/post/pengembangan-bisnis-untuk-startup-bagian-1/> diakses pada tanggal 1 juli 2019
- Pemkab Humas. 2018. Bupati Gresik ingin UMKM di gresik dapat berdaya saing. [https://gresikkab.go.id/berita/bupati\\_gresik\\_ingin\\_umkm\\_di\\_gresik\\_dapat\\_berdaya\\_saing](https://gresikkab.go.id/berita/bupati_gresik_ingin_umkm_di_gresik_dapat_berdaya_saing) diakses pada tanggal 14 Agustus 2019
- Tambunan, T.T.H. 2008b. Masalah Pengembangan UMKM di Indonesia, sebuah upaya mencari jalan alternatif. Makalah Forum Keadilan Ekonomi, Institute For Global Justice