

Peningkatan Pengetahuan tentang Legalitas Badan Usaha dan Perpajakan atas Ekspor Produk UMKM di Kota Depok

Enhancing Knowledge on Business Entity Legalization and Taxation for MSME Product Exports in Depok City

¹Maria Roma Uli Dmora Tambunan

¹Departemen Ilmu Administrasi Fiskal, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Indonesia

Korespondensi: M. R.U.D. Tambunan, maria.tambunan@ui.ac.id

Naskah Diterima: 21 Februari 2024. Disetujui: 10 Agustus 2024. Disetujui Publikasi: 31 Januari 2025

Abstract. In the digitalization era, MSMEs are expected to create products capable of penetrating the global market by utilizing various available platforms. Increasing export volumes has become challenging amidst the economic recovery following the post-COVID-19 pandemic. The Depok City Government has initiated various development programs to boost MSME capacity and enhance their competencies. In 2020, Depok's MSMEs achieved a 25% increase in total export value, rising from USD 117.1 million to USD 146 million. Key export products produced by these MSMEs include pharmaceuticals, medical devices, furniture, electronics, food and beverages, fashion, and spices. Depok is home to around 1,800 small industries with export potential. To enhance export activities, MSMEs require several steps in administrative preparation, including acquiring knowledge about legal and tax-related matters. This effort aims to provide MSMEs with a comprehensive understanding of legal and tax requirements for their business activities to qualify for entering foreign markets. Before conducting this community service activity, it was observed that many MSMEs, especially those operating for more than five years, already understood legal aspects and tax obligations. However, newer MSMEs or those operating for less than five years require assistance in fulfilling legal requirements. This activity is intended to enhance knowledge and provide assistance on these matters. Additionally, support is needed to address technical problems and prepare necessary documentation when MSMEs are ready to enter the export market.

Keywords: *MSME, export, taxation, legal entity.*

Abstrak. Di era digitalisasi, pelaku UMKM diharapkan mampu menciptakan produk yang dapat menembus pasar global dengan adanya berbagai jenis platform yang tersedia. Peningkatan volume ekspor semakin menjadi tantangan ditengah proses pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19. Berbagai program pengembangan yang digagas oleh Pemerintah Kota Depok untuk meningkatkan kapasitas dan kompetensi pelaku UMKM. Pada tahun 2020, UMKM Kota Depok mengalami peningkatan total nilai ekspor sebesar 25% dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu dari USD 117,1 juta menjadi USD 146 juta. Produk ekspor utama kota Depok yaitu produk farmasi dan alat kesehatan, furnitur, elektronik, makanan dan minuman dan alat kesehatan, fashion dan rempah-rempah. Kota Depok memiliki sekitar 1.800 industri kecil yang berpotensi ekspor. Dalam mempersiapkan peningkatan kegiatan ekspor, pelaku UMKM memerlukan persiapan administrasi termasuk terkait pemenuhan aspek hukum dan pengetahuan perpajakan.

Kegiatan ini ditujukan untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan yang komprehensif terkait aspek hukum yang harus dipenuhi oleh pelaku UMKM terkait legalitas kegiatan usahanya serta perpajakan atas kegiatan ekspor produk-produk UMKM. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM, terutama yang sudah berjalan lebih dari 5 tahun sudah memahami pentingnya aspek legal dalam kegiatan usahanya, demikian juga terkait kewajiban perpajakan. Namun, disisi lain, UMKM yang masih merintis usaha hingga yang kurang dari 5 tahun masih memerlukan pendampingan terkait pemenuhan aspek legalitas badan usahanya. Selain itu, perlu pendampingan lebih lanjut terkait penyelesaian masalah teknis dan dokumen yang diperlukan ketika kegiatan usaha UMKM sudah akan menembus pasar ekspor.

Kata Kunci: *UMKM, ekspor, perpajakan, legalitas usaha.*

Pendahuluan

Sektor UMKM merupakan salah satu sektor penting yang menjadi perhatian pemerintah untuk tetap bertahan di masa pandemi, dimana berbagai program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) diarahkan untuk memberikan dukungan kepada sektor UMKM. Keberadaan UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia karena kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja (Tarigan dkk., 2022) yang mencapai hingga sekitar 97% dari pasar tenaga kerja nasional. Selain itu, sektor UMKM juga menyumbang hingga 57% terhadap Produk Domestik Bruto (Gustamo, 2018). Selain itu, di negara berkembang, UMKM dapat menjadi mesin pendorong perusahaan manufaktur untuk mampu memproduksi produk bertaraf ekspor (Cahyadi, 2015). Pada kurun waktu 2018, UMKM Indonesia mampu berkontribusi hingga 57,8% bagi PDB Indonesia. Namun, sejak tahun 2020, selain rata-rata omzen menurun, terjadi pula penurunan ekspor UMKM (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2022)

Dalam era globalisasi, dengan peran yang sangat vital, pelaku UMKM diharapkan mampu menciptakan produk-produk yang dapat menembus pasar global (Hutami & Maharani, 2018). Pada kenyataannya, meskipun perkembangan UMKM nasional sudah semakin masif, namun UMKM Indonesia saat ini belum cukup signifikan dapat menembus pasar ekspor dibandingkan total ekspor Indonesia. Penerapan tenaga kerja UMKM mencapai 97% dan berkontribusi 61% terhadap Produk Domestik Bruto, sementara volume ekspor hanya mencapai 15% (Perwitasari, 2024). Dengan era digitalisasi saat ini, adanya berbagai platform digital seharusnya dapat mempermudah proses pemasaran dan penetrasi produk lintas batas negara oleh pelaku UMKM (Yanti dkk., 2024). Penggunaan platform tersebut dapat berupa penggunaan online-based marketing seperti e-commerce (Putri & Rahman, 2024). Digitalisasi juga telah mampu mentransformasikan UMKM konvensional menjadi usaha yang adaptable terhadap rintangan lintas batas yurisdiksi (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2021).

Pada dasarnya produk-produk UMKM Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar untuk pasar ekspor. Namun, total volume ekspor UMKM masih rendah dibandingkan total volume ekspor nasional, yaitu hanya mencapai 14% (Arham & Firmansyah, 2021). Peningkatan volume ekspor semakin menjadi tantangan ditengah proses pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19. Dengan demikian, perlu pengetahuan yang memadai terkait prosedur dan mekanisme agar produk-produk tersebut dapat sampai di pasar luar negeri.

Dalam mempersiapkan produk berkualitas ekspor, pelaku UMKM memerlukan persiapan administrasi, legalitas sebagai eksportir, persiapan produk ekspor dan persiapan operasional hingga aspek-aspek terkait pajak sehubungan dengan ekspor. Perihal legalitas ekspor, UMKM calon eksportir perlu mempersiapkan hal-hal mendasar seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) serta dokumen lain yang dipersyaratkan berdasarkan peraturan perundangan-undangan. Sehubungan dengan ekspor, beberapa aspek penunjang perpajakan perlu menjadi perhatian calon eksportir

seperti pengetahuan terkait faktur perdagangan, *Letter of Credit* (L/C), Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB), *Bill of Lading* (B/L) hingga ketentuan terkait Pajak Pertambahan Nilai ketika pelaku UMKM sudah mulai berkembang hingga menjadi Pengusaha Kena Pajak (PKP) (Portal Informasi Indonesia, 2019).

Indonesia Development Forum 2021 melaporkan bahwa Depok sangat potensial menjadi wilayah penghasil ekspor dengan jumlah UMKM mencapai 1.800 unit (Indonesia Development Forum, 2021). Di sisi lain, terkait kinerja UMKM Depok, penelitian terdahulu terkait kinerja UMKM di Depok menyimpulkan beberapa hal berikut. Pertama, tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara bidang administrasi dan operasi. Sebagian besar merupakan industri kecil yang dikelola perorangan dimana pemilik dan keluarga merangkap sebagai pekerja. Kedua, masih rendahnya akses industri kecil terhadap lembaga kredit formal. Ketiga, sebagian besar usaha kecil belum mempunyai status badan hukum (Widyastuti & Parianom, 2022).

Namun dalam perkembangannya, berbagai program pengembangan yang digagas oleh Pemerintah Kota Depok untuk meningkatkan kapasitas dan kompetensi pelaku UMKM terus diupayakan, termasuk program Wira Usaha Baru (WUB) (Berita Depok, 2022). Pada tahun 2020, UMKM Kota Depok mengalami peningkatan total nilai ekspor sebesar 25% dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu dari USD 117,1 juta menjadi USD 146 juta. Produk ekspor utama kota Depok yaitu produk farmasi dan alat kesehatan, furnitur, elektronik, makanan dan minuman dan alat kesehatan, fashion dan rempah-rempah. Adapun negara tujuan ekspor produk UMKM tersebut seperti Australia, Finlandia (Helsinki) dan Belanda (Amsterdam) (Yuginsah, 2021).

Dengan potensi ekspor yang didukung oleh sekitar 1.800 industri kecil dan menengah yang berpotensi ekspor, program peningkatan ekspor semakin krusial. Adanya Program Wirausaha Baru (WUB) diharapkan mampu meningkatkan kapasitas produksi serta kualitas produk yang dapat menembus pasar internasional. Untuk mendukung kegiatan ekspor produk UMKM dari kota Depok, diperlukan pengetahuan yang memadai untuk dapat mempertahankan kinerja produksi dalam negeri, kontribusi atas pasar ekspor, termasuk ketentuan terkait perpajakan dan pengetahuan legalitas badan usaha yang memadai. Adanya kejelasan legalitas badan usaha serta pemenuhan ketentuan kepabeanan dan perpajakan menjadi salah satu faktor penting untuk mencapai pasar ekspor (Rasbin, 2019). Saat ini, pelaku UMKM di Depok sudah mempunyai komunitas, yaitu Jawara (Jaringan Wira Usaha) yang diharapkan dapat saling mendukung untuk mempercepat peningkatan kapasitas usahanya (Yuliani dkk., 2023) hingga menembus pasar ekspor. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan terkait legalitas badan usaha dan perpajakan terkait perpajakan atas ekspor bagi pelaku usaha UMKM di Kota Depok.

Metode Pelaksanaan

Tempat dan Waktu. Tempat kegiatan dilaksanakan di kota Depok, bertepatan di Ruang Pertemuan Apung Universitas Indonesia, Depok. Kegiatan dilaksanakan pada 31 Oktober 2023 secara luring (tatap muka). Tim Pengabdian Masyarakat menyediakan bahan pelatihan serta form simulasi yang diperlukan untuk menjalankan kegiatan legalitas dan kegiatan terkait perpajakan serta kepabeanan dan cukai.

Khalayak Sasaran. Khalayak sasaran atau mitra UMKM adalah kelompok UMKM yang tergabung dalam Jawara (Jaringan Wirausaha) Depok. Kelompok UMKM yang tergabung dalam Jawara terdiri dari sekitar 5000 anggota, yang bergerak di berbagai bidang usaha (kuliner yang merupakan kelompok dominan, kerajinan, kriya, fashion). Anggota kelompok Jawara yang turut serta dalam kegiatan ini berjumlah sekitar 40 peserta yang berasal dari berbagai jenis kegiatan usaha.

Metode Pengabdian. Metode pengabdian dilakukan dengan bentuk penyuluhan dan pelatihan. Adapun kegiatan tersebut dilakukan dengan beberapa tahapan. Pertama, pemberian informasi terkait pengetahuan perpajakan dan legalitas yang diperlukan

oleh oleh pelaku UMKM. Kedua, simulasi latihan terkait pengisian dokumen administrasi legalitas, perpajakan, keabeanan dan cukai. Ketiga, tanya jawab interaktif atas permasalahan yang dihadapi atau potensial dihadapi oleh pelaku usaha UMKM. Sebelum kegiatan dilaksanakan, dilakukan berbagai persiapan. Kegiatan dilakukan dengan adanya pertemuan dengan perwakilan mitra mengetahui karakteristik calon peserta serta dan kedalaman/keluasan materi penyuluhan/pelatihan.

Indikator Keberhasilan. Indikator keberhasilan kegiatan ini meliputi hal-hal berikut:

- Lebih dari 75% Pelaku UMKM mengetahui informasi yang disampaikan lewat adanya pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan ketika proses penyampaian informasi dan kuesioner pasca pelatihan terkait pemahaman atas urgensi legalitas unit usaha serta pengetahuan perpajakan atas kegiatan ekspor
- Lebih dari 75% Pelaku UMKM mampu mengisi dengan tepat dokumen legal, keabeanan maupun perpajakan yang diperlukan sesuai dengan karakteristik usahanya maupun rencana pengembangan usaha yang dilakukan
- Lebih dari 75% Mitra UMKM mengetahui langkah yang akan dilakukan apabila terdapat kendala ketika pemenuhan kewajiban legalitas, keabeanan maupun perpajakan untuk tujuan ekspor.

Metode Evaluasi. Metode evaluasi awal yang dilakukan atas keberhasilan kegiatan ini adalah jumlah partisipasi peserta dimana jumlah peserta yang hadir melebihi jumlah peserta yang ditargetkan. Jumlah peserta yang ditargetkan untuk mengikuti kegiatan sebesar 35 peserta, namun ketika hari pelaksanaan 40 peserta hadir dalam kegiatan. Selain itu, terkait evaluasi atas substansi kegiatan terdiri dari (a) adanya sejumlah pertanyaan yang disampaikan dalam bentuk lisan dan kuesioner terkait pemahaman mitra terkait materi yang disampaikan setelah dilakukan pelatihan (b) ketepatan pengisian berbagai formulir terkait hal-hal administratif sehubungan dengan legalitas usaha dan terkait perpajakan termasuk perihal keabeanan/cukai (c) adanya sejumlah pertanyaan untuk mengukur pengetahuan peserta terkait hal-hal yang harus dilakukan ketika mengalami kendala administrasi.

Hasil dan Pembahasan

A. Persiapan Kegiatan

Kegiatan persiapan dilakukan dengan adanya pertemuan dengan perwakilan Jawa. Jawa diinisiasi oleh sekumpulan orang yang mempunyai perhatian atas pengembangan kapasitas dan produktivitas UMKM di Kota Depok. Perwakilan Tim Jawa dan Tim Pengabdian Masyarakat UI melakukan diskusi untuk mengidentifikasi karakteristik bisnis dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM yang tergabung dalam Jawa. Pelaku UMKM yang tergabung dalam Jawa Depok menjalankan usahanya dengan berbagai jenis karakteristik. Berdasarkan hasil diskusi diketahui kondisi pelaku UMKM yang cukup variatif.

1. Sebagian besar pelaku usaha UMKM merupakan usaha mikro skala rumah tangga dengan kegiatan usaha dominan berupa kuliner. Jumlah anggota bertambah cukup besar setelah pandemi. Kegiatan UMKM dianggap cukup prospektif oleh anggota baru untuk bisa segera mengalami pemulihan ekonomi. Adanya pandemi, justru mendorong pelaku usaha semakin kreatif dalam menciptakan produknya dan melakukan pemasaran. Perkembangan tersebut terus berlangsung pasca pandemi dimana ruang gerak kreatifitas semakin besar dan semakin mendapat dukungan dari berbagai pihak.
2. Kegiatan pemasaran atas produk saat ini masih berdasarkan pemasaran dari individu ke individu atau antar kelompok. Disisi lain, pelaku usaha sudah mulai dan semakin memahami manfaat menggunakan teknologi digital, terutama sosial media sebagai media pemasaran. Selain itu, pelaku usaha juga mengupayakan

pertumbuhan jangkauan pemasaran dengan teknologi karena dianggap lebih mudah, efisien dan biaya pemasaran relatif lebih murah. Adanya teknologi menjadikan pelaku usaha mempunyai optimisme untuk dapat memasarkan produk hingga lintas batas Indonesia, seperti yang telah dilakukan oleh sebagian kecil pelaku UMKM yang tergabung di Jawa Depok.

3. Pelaku UMKM melihat bahwa untuk bersaing di tahap awal di pasar domestik, kegiatan usaha dengan adanya retail (*offline*) tidak menjadi suatu keharusan, pelaku UMKM perlu berinovasi untuk mempertahankan pelanggan. Namun, ketika kegiatan usaha semakin membesar, diperlukan berbagai legalitas, lokasi usaha yang cukup jelas dan berbagai pemenuhan administrasi untuk mendapatkan mitra usaha yang besar dan mempunyai reputasi yang baik.
4. Pelaku UMKM yang sudah menjalankan usaha lebih dari 5 tahun semakin menyadari bahwa apabila ingin diterima sebagai supplier perusahaan besar dan menengah, menjadi supplier bagi pemerintah, BUMN/BUMD dan korporasi swasta, UMKM tersebut memerlukan badan usaha dan legalitas yang cukup jelas sebagai persyaratan fundamental untuk menjadi rekanan perusahaan yang lebih besar, pemerintah maupun BUMN/BUMD
5. Meskipun jumlah anggota cukup besar, namun unit usaha yang sudah mempunyai legalitas badan usaha masih terbatas. Faktor kurangnya informasi, kurangnya pengetahuan terkait birokrasi dan keraguan yang besar terkait hal tersebut menjadi kendala bagi pelaku UMKM yang ingin bergerak maju untuk mendaftarkan usaha sebagai suatu badan yang mempunyai legalitas
6. Pelaku usaha UMKM memerlukan pendampingan yang bersifat berkelanjutan dari suatu lembaga yang berkomitmen atas berbagai aspek seperti pengembangan produk, konsultasi terkait hal-hal yang berhubungan dengan permasalahan birokrasi hingga pemasaran.
7. Antar anggota UMKM sudah terjadi kolaborasi terkait pengembangan produk yang diorganisasi oleh pengurus UMKM
8. Pelaku UMKM yang sudah menjalankan usaha lebih 5 tahun semakin menginginkan menjadi eksportir dan ekspansi usaha di luar Depok dan luar Jawa Barat.

Dengan adanya diskusi tersebut, Tim Pengabdian Masyarakat UI menyiapkan berbagai materi yang diperlukan untuk mempersiapkan pelaku UMKM. Dari proses diskusi, ditemukan bahwa literasi dan pengetahuan perpajakan terutama terkait ekspor merupakan salah satu aspek penting yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM dalam menentukan strategi usaha. Selain itu, tim pengabdian masyarakat juga mengidentifikasi perlunya pembekalan terkait pemilihan bentuk legalitas usaha yang paling sesuai dengan kondisi UMKM sehubungan dengan kesempatan untuk melakukan ekspor atas produk yang dihasilkan.

B. Kegiatan Pelatihan

Adapun kegiatan yang berhubungan dengan pembekalan pengetahuan perpajakan meliputi pendampingan mengenai aspek legalitas badan usaha, aspek perpajakan termasuk perihal kepabeanan atas kegiatan ekspor produk UMKM. Perihal aspek perpajakan atas kegiatan ekspor, berikut adalah hal-hal penting yang menjadi komponen pengetahuan yang sebaiknya dimiliki oleh pelaku UMKM:

1. Pengetahuan dasar terkait urgensi legalitas badan usaha dalam pengembangan UMKM. Bagi pelaku UMKM terdapat pilihan legalitas yang memudahkan yang disediakan melalui UU Cipta Kerja dimana pelaku UMKM dapat mengajukan pendirian badan usaha perseorangan.
2. Pengetahuan dasar terkait Pajak Pertambahan Nilai dan ketentuan formal terkait Pajak Pertambahan Nilai atas penyerahan barang/jasa di dalam negeri dan barang/jasa dari dalam ke luar negeri.

3. Ruang lingkup terkait Barang Kena Pajak, Jasa Kena Pajak, Barang Tidak Kena Pajak, Jasa Tidak Kena Pajak sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 42 tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak atas Penjualan atas Barang Mewah
4. Ruang lingkup ekspor Barang Kena Pajak, Jasa Kena Pajak yang merupakan setiap kegiatan penyerahan Jasa Kena Pajak yang dihasilkan di dalam Daerah Pabean untuk dimanfaatkan oleh Penerima Ekspor Jasa Kena Pajak/Jasa Kena Pajak diluar Daerah Pabean.
5. Perhitungan Pajak Pertambahan Nilai oleh Pengusaha Kena Pajak, mekanisme pengkreditan Pajak Pertambahan Nilai serta mekanisme pengajuan kelebihan pembayaran Pajak Pertambahan Nilai
6. Pengetahuan terkait kepabeanan dan cukai terkait kegiatan ekspor produk UMKM
7. Berbagai insentif perpajakan yang dapat diterima oleh pelaku usaha UMKM dan hal-hal yang diperlukan untuk dapat dikategorikan penerima insentif.
8. Ketentuan administrasi, pemahaman terkait prosedur ekspor dan dokumentasi yang diperlukan.
9. Kondisi yang memungkinkan terjadinya sanksi atas ketidaktaatan atas regulasi/dokumentasi
10. Hal-hal yang perlu diperhatikan sehingga tidak terjadi kesalahan untuk menghindari terjadinya sanksi



Gambar 1. Kegiatan pelatihan

C. Pelatihan Pengenalan dan Pengisian Berbagai Dokumen Administratif

Dalam menjalankan kegiatan ekspor, pelaku usaha baik yang berskala UMKM maupun kegiatan usaha umum, akan diperhadapkan dengan pemenuhan berbagai ketentuan administratif. Berbagai dokumen yang diperlukan untuk keperluan ekspor misalnya kontrak penjualan (*sales contract*), faktur (*invoice*), dokumen terkait detail isi kiriman atau kargo yang dikirim (*packing list*), dokumen terkait pengiriman barang oleh perusahaan transportasi laut/udara (*bill of lading/air way bill*), surat keterangan asal (*certificate of origin*). Pelaku usaha yang akan melakukan ekspor diharapkan dapat mengisi formulir dengan benar, lengkap dan jelas.

Dalam kegiatan pelatihan, pemaparan dilakukan atas hal-hal fundamental yang harus diketahui oleh pelaku UMKM. Selanjutnya, dilakukan simulasi untuk pengisian formulir yang diperlukan sesuai dengan rencana pengembangan unit

usaha UMKM. Setelah pemaparan materi, pemateri memberikan contoh-contoh terkait kegiatan ekspor yang telah dilakukan oleh UMKM. Pelaku UMKM mengkonsultasikan kendala yang dihadapi, potensi permasalahan yang mungkin akan dihadapi serta hal-hal yang menjadi perhatian pelaku usaha. Selain tanya jawab interaktif dengan pemateri, sesama pelaku UMKM juga melakukan sharing atas pengalaman yang pernah dilalui sehubungan dengan topik pembahasan.



Gambar 2. Kegiatan pelatihan pengisian formulir

D. Keberhasilan Kegiatan

Setelah melakukan pembekalan terkait pengetahuan dasar legalitas usaha, pengetahuan terkait pajak-pajak ekspor, dilakukan evaluasi atas pemahaman peserta. Tim pemateri mengadakan kegiatan tanya jawab interaktif terkait materi yang telah diajarkan terkait pemahaman peserta kegiatan atas materi tersebut. Selain itu, tim pengabdian masyarakat menyampaikan kuesioner kepada peserta untuk mendapatkan *feedback* terkait pemahaman peserta serta terkait evaluasi atas acara yang diselenggarakan. Dari proses tanya jawab, diperoleh informasi sebagai berikut:

1. Seluruh peserta memahami terkait urgensi legalitas badan usaha untuk pengembangan usaha terutama untuk mencapai pasar ekspor dan termasuk memperoleh rekanan usaha yang sudah berskala besar (termasuk menjadi rekanan penyedia barang/jasa bagi pemerintah dan/atau BUMN/BUMD).
2. Lebih dari 75% peserta telah mampu mengisi dokumen legal, kepabeanan maupun perpajakan yang diperlukan sesuai dengan karakteristik usahanya maupun rencana pengembangan usaha yang dilakukan terutama untuk mampu mencapai pasar ekspor. Meskipun demikian, masih diperlukan pendampingan berhubung cukup seringnya terjadi perubahan ketentuan perpajakan/kepabeanan. Hal ini pula menjadi salah satu kekhawatiran pelaku UMKM dimana untuk selalu *update* dengan perkembangan terbaru menjadi tantangan.
3. Lebih dari 75% Pelaku UMKM sudah memahami langkah yang akan dilakukan apabila terdapat kendala ketika pemenuhan kewajiban legalitas, kepabeanan maupun perpajakan untuk tujuan ekspor. Namun, ada sebagian kecil peserta masih mengkhawatirkan terkait kelancaran administrasi ketika akan mengurus keperluan legalitas badan usaha. Terkait hal ini, peserta menyampaikan bahwa memerlukan pendampingan lebih lanjut ketika menjalani prosedur tersebut. Perwakilan dari peserta menyampaikan bahwa untuk kedepannya diharapkan program ini berlanjut dengan jumlah dan cakupan peserta yang lebih luas.

Adanya pelatihan dan pendampingan ini semakin membuka wawasan pelaku usaha bahwa kegiatan UMKM dapat berkembang lebih dari sebatas usaha rumah tangga. Adanya pelatihan ini juga menjadi sarana update ketentuan terbaru yang berpotensi untuk dapat menjadi sarana pendukung bagi kemajuan UMKM. Diperlukan kerja sama *multi-stakeholder* antara pemerintah terutama di SKPD kota Depok, kelompok UMKM yang terkoordinasi dan akademisi dalam mengupayakan suatu program yang berkelanjutan.



Gambar 3. Pemberian hadiah bagi peserta setelah kegiatan evaluasi

Kesimpulan

UMKM di Kota Depok pada dasarnya sudah berpotensi untuk masuk ke pasar ekspor. Pandemi covid-19 justru menjadi katalis pengembangan produk-produk UMKM di Depok. Berdasarkan indikator keberhasilan kegiatan, diperoleh bahwa seluruh peserta kegiatan telah mengetahui urgensi legalitas unit usaha serta pengetahuan perpajakan atas kegiatan ekspor. Selain itu, lebih dari 75% peserta telah mampu mengisi formulir yang diperlukan untuk tujuan administratif sehubungan dengan tujuan ekspor dan lebih dari 75% peserta telah mengetahui langkah-langkah yang dapat ditempuh apabila menghadapi kendala administratif.

Proses pendampingan ini merupakan upaya yang terbatas untuk mendorong peran penting UMKM. Diperlukan upaya lanjutan yang bersifat berkesinambungan dengan cakupan yang lebih luas untuk mempunyai dampak yang lebih signifikan. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan.

Ucapan Terima Kasih

Kegiatan ini disupport oleh Direktorat Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Universitas Indonesia melalui Kontrak Program Pengabdian Masyarakat No. 19/UN2.PPM/HKP.05.00/2023. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Anggota Tim Pengabdian Masyarakat Fakultas Ilmu Administasi UI serta Unit Riset, Inovasi dan Pengabdian Masyarakat Fakultas Ilmu Administasi UI.

Referensi

Arham, A., & Firmansyah, A. (2021). The Role of Behavioral Theory in the Research of SMEs Tax Compliance in Indonesia. *Riset: Jurnal Aplikasi Ekonomi Akuntansi Dan Bisnis*, 3(1 SE-Articles).

Jurnal Panrita Abdi, Januari 2025, Volume 9, Issue 1.
<http://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi>

- <https://doi.org/10.37641/riset.v3i1.71>
- Berita Depok. (2022). *Pelaku UMKM Beji: Program WUB Asyik dan Banyak Manfaat*. <https://berita.depok.go.id/pelaku-umkm-kecamatan-beji-program-wub-asyik-dan-banyak-manfaat>
- Cahyadi, I. (2015). Tantangan Internasionalisasi Ukm Di Indonesia Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean. *Kajian*, 20(02), 129–143. <https://pure.ltu.se/>
- Gustamo. (2018). Menciptakan Pajak yang Ramah untuk UMKM. *Harian Neraca Ekonomi Kementerian Keuangan*. <https://www.neraca.co.id/article/99597/menciptakan-pajak-yang-ramah-untuk-umkm>
- Indonesia Development Forum. (2021). *Sekitar 1.800 Industri Kecil Depok Berpotensi Ekspor*. Indonesia Future Industrialization Paradigm: Value Creation and Adaptive Capacity for Socio-Economic Transformation.
- Kementerian Koperasi dan UMKM. (2021). *Program Adaptasi dan Transformasi Ekonomi Nasional*.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2022, October). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. *Siaran Pers Kemenko Perekonomian*.
- Perwitasari, A. S. (2024). Sri Mulyani: Peran UMKM ke Ekonomi Cukup Besar Tetapi Belum Mampu Tembus Pasar Ekspor. *Kontan*. <https://nasional.kontan.co.id/news/sri-mulyani-peran-umkm-ke-ekonomi-cukup-besar-tetapi-belum-mampu-tembus-pasar-ekspor>
- Putri, F., & Rahman, A. Y. (2024). Pelatihan dan Pemanfaatan Website Sebagai E-commerce pada UKM Batik Poesaka Djagad di Kota Malang. *Jurnal Panrita Abdi*, 8(3), 632–640. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi/article/view/24680>
- Rasbin. (2019). Strategi Meningkatkan Ekspor Produk-Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Indonesia: Studi Kasus Di Kabupaten Sleman Dan Kota Surabaya. *Kajian*, 24(3), 149–158. <https://dx.doi.org/10.22212/kajian.v24i3.1865>
- Tarigan, Z. N. A. B., Dewi, F. N., & Pribadi, Y. (2022). Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Masa Pandemi: Dukungan Kebijakan Pemerintah. *Jurnal BPPK: Badan Pendidikan Dan Pelatihan Keuangan*, 15(1 SE-Articles). <https://doi.org/https://doi.org/10.48108/jurnalbppk.v15i1.666>
- Widyastuti, T., & Parianom, R. (2022). Pengembangan dan Pemberdayaan UMKM Kota Depok Di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(1), 203–212. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i1.16718>
- Yanti, N. K. W., Ikhwan, J., Permatasari, N. P. I., & Pika, P. A. T. P. (2024). Digital Marketing untuk Pemulihan UMKM Pariwisata Pada Masa Post-Pandemi COVID-19 di Desa Celuk Sukawati, Giayar. *Panrita Abdi - Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(3 SE-), 641–649. <https://doi.org/10.20956/pa.v8i3.28546>
- Yuginsah. (2021). *Produk Kerajinan Depok Berhasil Tembus Pasar Eropa*: Jurnal Jabar. <https://www.jurnaljabar.id/bewara/produk-kerajinan-depok-berhasil-tembus-pasar-eropa-b2cA39cUn>
- Yuliani, N., Sari Sakti, E. M., & Gustina, D. (2023). UMKM Kuliner Jawa Depok Menuju Transformasi Digital Dalam Menghadapi Tantangan Era Revolusi Industri 4.0. *Ikra-Ith Abdimas*, 7(3), 213–221. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v7i3.3038>

Penulis:

Maria R.U.D. Tambunan, Departemen Ilmu Administrasi Fiskal, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Indonesia, Depok – Jawa Barat. E-mail: maria.tambunan@ui.ac.id

Bagaimana men-sitasi artikel ini:

Tambunan, M. R.U.D. (2025) Peningkatan Pengetahuan tentang Legalitas Badan Usaha dan Perpajakan atas Ekspor Produk UMKM di Kota Depok. *Jurnal Panrita Abdi*, 9(1), 70-79.