

Kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah: Pajak, *Corporate Social Responsibility*, Shodaqoh, dan Kebermanfaat Usaha Micro, Small, and Medium Enterprises Contribution: Tax, Corporate Social Responsibility, Shodaqoh, and Business Benefit

Suwarno Suwarno^{1*}, Rahmawati Rahmawati², Sri Murni³, Warsina⁴

¹ STIE Purna Graha, Pekanbaru
^{2,3,4} Universitas Sebelas Maret, Surakarta

ARTICLE INFO

Article History:

Received 21 February 2020

Revised 08 June 2020

Publish 16 June 2020

Keywords:

Corporate Social Responsibility, MSM,; Shodaqoh, Tax.

DOI:

<https://doi.org/10.21107/infestasi.v16i1.6802>

ABSTRACT

The existence of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), which constitute the largest share in the national economy, is an indicator of the level of community participation in various economic sectors. UMKM towards the environment that is approved by tax, alms, CSR, and business benefit. The method of analysis uses descriptive analysis. Data collection using observations, questionnaires, and direct interviews to 250 MSMEs engaged in batik and grocery stores in Surakarta. 66.8% MSMEs have not paid taxes and 33.2% MSMEs have paid taxes, 96.8% MSMEs in Surakarta have done shodaqoh, 60.8% MSMEs in Surakarta have not done CSR and 37.2% are actively doing CSRs, 85, 6% of MSMEs stated that their businesses provided benefits for the community, while for the community about the business environment. Other findings show that MSMEs who have paid business taxes are long-term business groups, have permanent businesses, and have large-scale relationships and most MSMEs do not do CSR more because they have not seen the benefits of CSR activities.

ABSTRAK

Keberadaan "Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional, merupakan indikator tingkat partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan ekonomi." Penelitian ini bertujuan memotret kontribusi UMKM terhadap lingkungan sekitar diantaranya mencakup pajak, sedekah, CSR, dan kebermanfaatan usaha. Metode analisis menggunakan analisis deskriptif. Pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner, dan wawancara langsung ke 250 UMKM yang bergerak di bidang batik dan toko kelontong di Surakarta. Temuan menunjukkan bahwa 66,8% UMKM belum membayar pajak dan 33,2% UMKM sudah membayar pajak, 96,8% UMKM di Surakarta telah melakukan shodaqoh, 60,8% UMKM di Surakarta tidak melakukan CSR dan 37,2% aktif melakukan CSR, 85,6% UMKM menyatakan bahwa usaha yang mereka jalankan memberikan manfaat kepada masyarakat secara umum, terutama bagi masyarakat sekitar lingkungan usaha. Temuan lain menunjukkan UMKM yang telah membayar pajak usaha merupakan golongan usaha yang telah berjalan lama, sudah mempunyai tempat usaha tetap, dan cenderung berskala besar dan sebagian besar UMKM tidak melakukan CSR lebih karena belum melihat kebermanfaatan dari kegiatan CSR.

1. PENDAHULUAN

Suatu usaha untuk meningkatkan daya dan taraf hidup masyarakat disebut dengan kegiatan ekonomi, "karena dengan semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi maka kebutuhan masyarakat akan terpenuhi." Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat maka dibutuhkan lapangan pekerjaan yang

* Corresponding author: suwarnoiai14@gmail.com

mampu menyerap setiap angkatan yang ada."Indonesia" sebagai negara yang penuh dengan kekayaan alam, belum mampu untuk memaksimalkan potensi yang ada."Masyarakat" dituntut untuk lebih mengembangkan kemampuan atau potensi yang ada pada diri sendiri maupun yang berada di wilayah masing-masing sehingga kebutuhan mereka masih bisa dipenuhi" (Rifa'i, 2013).

Keberadaan "Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional, merupakan indikator tingkat partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor" kegiatan ekonomi. UMKM selama ini terbukti dapat diandalkan sebagai katup pengaman di masa krisis, melalui mekanisme penciptaan kesempatan kerja dan nilai tambah. Keberhasilan dalam meningkatkan kemampuan UMKM berarti memperkokoh bisnis perekonomian masyarakat. Hal ini akan membantu mempercepat proses pemulihan perekonomian nasional, dan sekaligus sumber dukungan nyata terhadap pemerintah daerah dalam melaksanakan otonomi pemerintahan" (Budi, 2006).

Industri kecil dapat memberikan kontribusi yang lebih kepada lingkungan eksternal maupun internal. UMKM merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah karena semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kokohnya perekonomian suatu daerah karena sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal. Meskipun UMKM memiliki sejumlah kelebihan yang memungkinkan UMKM dapat berkembang dan bertahan dalam krisis, tetapi sejumlah fakta juga menunjukkan bahwa tidak semua usaha kecil dapat bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi (Tohar, 2000).

Pengembangan UMKM ini harus menjadi salah satu prioritas. Hal ini selain karena usaha tersebut merupakan tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antar golongan, pendapatan, dan antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Lebih dari itu, pengembangannya mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural, yaitu meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional (Sudiarta dkk, 2014) dan dapat memberikan kontribusi kepada lingkungan sekitar yang dapat menciptakan kesejahteraan.

Bukti riil adanya kontribusi antara lain pembayaran pajak, *Corporate Social Responsibility* (CSR), sadaqah/amal dan manfaat UMKM tersebut untuk lingkungan sekitar. Adanya beberapa kontribusi tersebut dapat memberikan manfaat kepada lingkungan sekitar baik secara langsung maupun tidak langsung. Kesejahteraan merupakan cita-cita sosial yang tidak hanya diangankan untuk dimiliki, tetapi juga harus diusahakan. Tanpa usaha dan kerjasama di antara berbagai pihak terkait, kesejahteraan merupakan fatamorgana.

Surakarta merupakan kota industri kreatif yang berpotensi besar. Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surakarta, Nur Haryani menyatakan "untuk jumlah UMKM di Kota Solo yang menjadi binaannya mengalami peningkatan setiap tahunnya, yaitu sekitar 10 persen/tahun. Program penumbuhan wirausaha baru yang dilakukan setiap tahun menjadi salah satu penyebab peningkatan jumlah UMKM di Kota Solo tersebut. Jumlah UMKM secara potensi di Kota Solo sekitar 43.700 UMKM (Wasita, 2019). Selain itu, tahun 2017 terdapat penurunan besaran pajak UMKM untuk mendorong peningkatan jumlah wajib pajak (WP) (Perdana, 2018). Besaran pajak UMKM turun dari 1 persen menjadi 0,5 persen. "Kepala" Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Jawa Tengah II, Rida Handanu" menjelaskan "ada perbedaan signifikan dengan jumlah pajak di 2017" (Perdana, 2018).

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut. 1) Apakah UMKM di Surakarta membayar pajak? 2) Apakah UMKM di Surakarta melakukan sedekah/beramal? 3) Apakah UMKM di Surakarta menyiapkan CSR untuk masyarakat sekitar? 4) Apakah produk atau jasa UMKM di Surakarta bermanfaat bagi masyarakat? Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut. 1) Untuk mengetahui apakah UMKM di Surakarta membayar pajak; 2) Untuk mengetahui apakah UMKM di Surakarta melakukan sedekah/beramal; 3) apakah UMKM di Surakarta menyiapkan CSR untuk masyarakat sekitar; dan 4) apakah produk atau jasa UMKM di Surakarta bermanfaat.

2. TELAHAH LITERATUR

Pajak dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Pajak merupakan iuran rakyat kepada negara berdasarkan Undang-Undang sehingga dapat dipaksakan dengan tidak membalas jasa secara langsung. Pajak dipungut dengan berdasarkan berbagai norma hukum untuk dapat menutup biaya produksi barang serta jasa kolektif guna mencapai kesejahteraan umum. Pajak merupakan "kontribusi wajib pajak kepada negara yang sifatnya memaksa

berdasarkan Undang-Undang yang digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Undang-Undang No. 16 Tahun 2009 mendefinisikan pajak sebagai, kontribusi wajib pajak kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Sugianto (2008) mendefinisikan pajak sebagai, suatu pungutan atau iuran wajib pajak yang dilakukan oleh individu atau badan kepada suatu daerah tanpa imbalan secara langsung yang seimbang, dapat untuk dipaksakan dengan berdasarkan Undang-Undang yang berlaku yang kemudian digunakan untuk menyelenggarakan pemerintah serta untuk pembangunan daerah. Soemitro (2007) mendefinisikan pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan dapat digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Adriani (2014) mendefinisikan pajak sebagai iuran kepada negara yang dapat dipaksakan yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan perpajakan, dengan tidak mendapat prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubungan dengan tugas negara yang menyelenggarakan pemerintah.

Berdasarkan beberapa pengertian-pengertian para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa karakteristik dari pajak, yaitu iuran wajib yang dapat dipaksakan, dipungut berdasarkan Undang-Undang, tidak memberikan timbal balik atau kontraprestasi secara langsung atas pembayaran pajak, dipungut oleh negara, baik pemerintah pusat maupun daerah, diperuntukan untuk keperluan umum, membiayai pengeluaran-pengeluaran pemerintah guna kepentingan negara.

Kepatuhan Wajib Pajak UMKM telah diteliti sebelumnya (Fuadi & Mangoting, 2013; Hendri, 2016; Yusro & Kiswanto, 2014:). Hendri (2016) menemukan pengetahuan wajib pajak (WP) berpengaruh signifikan terhadap kesadaran wajib pajak, pengetahuan WP dan sanksi perpajakan berpengaruh langsung terhadap kepatuhan WP; dan kesadaran WP berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Yusro & Kiswanto (2014) menganalisis pengaruh tarif pajak, mekanisme pembayaran pajak dan kesadaran membayar pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Kudus dan menemukan hanya mekanisme pembayaran pajak berpengaruh terhadap kepatuhan membayar pajak UMKM. Fuadi & Mangoting (2013) menemukan kualitas pelayanan dan sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan" (Untung, 2009). Kompleksitas permasalahan sosial yang semakin rumit dalam dekade terakhir dan implementasi desentralisasi telah menepatkan CSR sebagai suatu konsep yang diharapkan mampu memberikan alternatif terobosan baru dalam pemberdayaan masyarakat miskin.

Kotler dan Nancy (2005) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan. Upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis meminimumkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Secara garis besar"CSR adalah tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat di luar tanggung jawab ekonomisnya, kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan demi tujuan sosial dengan tidak memperhitungkan untung atau rugi ekonomisnya.

Sedekah

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan"sedekah sebagai derma kepada orang miskin dan sebagainya."Berdasarkan cinta kasih kepada sesama manusia, selamatan, kenduri, pemberian sesuatu kepada fakir miskin atau yang berhak menerimanya, di luar kewajiban zakat dan zakat fitrah sesuai dengan kemampuan pemberi (derma). Sedekah"berasal dari kata sadaqa yang berarti benar. Orang yang gemar bersedekah bisa diartikan sebagai orang yang benar pengakuan imannya."Menurut"istilah atau terminologi syariat, sedekah yaitu mengeluarkan sebagian harta atau pendapatan/penghasilan untuk

suatu kepentingan yang diperintahkan oleh agama. Sedekah juga merupakan pemberian yang dikeluarkan secara sukarela kepada siapa saja, tanpa nisab dan tanpa adanya aturan waktu yang mengikat (Sanusi, 2009).

Sedekah berarti sesuatu yang diberikan dengan tujuan mendekatkan diri pada Allah. Banyak ayat dalam Al-Quran yang menyebutkan tentang sedekah. Tetapi tidak semua ayat - ayat yang mengandung kata sedekah dimaksudkan sebagai sedekah yang berarti berderma seperti yang difahami. Sedangkan Wahyu (2007: 15-22) mendefinisikan sebagai macam sedekah tidak kenal batasan, secara garis besar bahwa sedekah tidak melalui sosial, hartaduniawi saja, akan tetapi juga dengan harta rohani.

Kebermanfaatan Usaha

Definisi usaha menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, fikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud. Pekerjaan, perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya untuk mencapai suatu tujuan. Dalam Undang-undang No. 3 Tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan, usaha adalah "setiap tindakan, perbuatan, atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian yang dilakukan oleh setiap pengusaha atau individu untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba." Dengan berusaha kita tidak hanya menghidupi diri kita sendiri,"tetapi juga menghidupi orang-orang yang ada dalam tanggung jawab kita, dan bahkan bila kita sudah berkecukupan kita bisa memberikan sebagian dari hasil usaha kita guna menolong orang lain yang memerlukan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa dan kejadian yang terjadi pada saat sekarang dimana peneliti berusaha memotret peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian untuk kemudian digambarkan sebagaimana adanya (Sudjana dan Ibrahim, 1989: 64). Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, kuesioner, maupun wawancara langsung. Penyebaran kuesioner dan wawancara langsung dilakukan kepada 250 pelaku UMKM di Surakarta yang bergerak dibidang batik dan toko kelontong. Kuesioner mencakup pengumpulan beberapa data. Bagian pertama, data demografi UMKM yang mencakup nama usaha, nama pemilik, jenis usaha, dan tempat. Bagian dua, pertanyaan tentang pajak, sedekah, *corporate social responsibility*, dan kebermanfaatan usaha UMKM.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pajak UMKM

Hasil survei ke 250 UMKM di Kota Surakarta terkait dengan aktivitas pajak UMKM menunjukkan sebagai berikut (Tabel 1). Tabel 1 menunjukkan 66,8% UMKM belum membayar pajak dan 33,2% UMKM sudah membayar pajak. Jadi sebagian besar UMKM di Surakarta belum membayar pajak.

Tabel 1. Kepatuhan Pembayaran Pajak UMKM di Surakarta

Keterangan	Jumlah UMKM	Persentase
Belum membayar pajak	167	66,8%
Sudah membayar pajak	83	33,2%
Total	250	100%

Sumber: diolah (2020)

Alasan 66,8% UMKM di Surakarta belum membayar pajak dikarenakan beberapa hal. Hasil survei menunjukkan bahwa seperti tidak memiliki NPWP, baru merintis usaha, penghasilan belum mencapai PKP, karena usaha belum didaftarkan, dan tidak paham mengenai pajak (Tabel 2). Tabel 2 menunjukkan bahwa tidak memiliki NPWP menjadi alasan utama para pelaku UMKM tidak membayar pajak. Hal itu menjadi wajar karena memang NPWP merupakan salah satu persyaratan utama seorang pengusaha membayarkan pajaknya atas usaha yang dijalankan. Namun dapat ditemukan bahwa tidak memiliki NPWP merupakan alasan yang sangat umum. Berdasarkan data yang tersedia ternyata masih ada beberapa pengusaha yang mau menyebutkan tidak mau membayar pajak atas usaha yang dijalankan seperti baru saja merintis usaha. Hal itu menjadi alasan para pelaku usaha karena mereka merasa untuk melakukan perputaran uang dalam rangka digunakan sebagai modal kembali ternyata masih sangat sulit karena masih belum konsisten atas pendapatan yang mereka peroleh.

Tabel 2. Alasan UMKM Belum Membayar Pajak

Keterangan	Jumlah UMKM
Tidak memiliki NPWP	117
Baru merintis usaha	20
Penghasilan belum mencapai PKP	22
Karena usaha belum didaftarkan	2
Tidak paham pajak	6

Sumber: diolah (2020)

Alasan terkait dengan penghasilan yang mereka peroleh masih belum mencapai PKP (Pendapatan Kena Pajak) tersebut tentu saja masuk akal apabila seorang wirausaha lebih memilih tidak membayar pajak karena mereka tidak memenuhi salah satu persyaratan wajib seseorang untuk membayar pajak. Terdapat 2 pelaku usaha yang mengaku belum mendaftarkan usahanya namun mereka berniat untuk ikut mendaftarkan usahanya dan sedang dalam proses. Selain itu 6 pelaku usaha yang mengaku belum paham terkait pajak. Hal ini artinya perlunya pihak berwajib untuk memberikan pengarahannya kembali kepada pelaku usaha UMKM akan pentingnya membayar pajak dan juga sanksi-sanksi yang akan mereka terima apabila mereka tidak membayar pajak secara rutin. Dengan melihat beberapa alasan secara spesifik bisa jadi UMKM telah mempunyai NPWP namun masih terbatasnya uang penghasilan yang digunakan sebagai modal kembali dan masih terbatasnya pengetahuan mereka terkait pembayaran pajak usaha akhirnya mereka memilih untuk tidak membayar pajak usaha dahulu.

Berdasarkan hasil survei yang diperoleh diantara banyaknya pelaku usaha yang belum membayar pajak, masih ada sebagian pelaku usaha UMKM di Surakarta yang telah membayar pajak yaitu sebesar 33,2% dari 250 pengusaha UMKM. UMKM yang telah membayar pajak usaha merupakan golongan usaha yang telah berjalan lama, sudah mempunyai tempat usaha tetap, dan cenderung berskala besar.

Corporate Social Responsibility UMKM

Hasil survei ke 250 UMKM di Kota Surakarta terkait dengan aktivitas *corporate social responsibility* UMKM menunjukkan sebagai berikut (Tabel 3). Tabel 3 menunjukkan 60,8% UMKM di Surakarta tidak melakukan CSR, 37,2% aktif melakukan CSR, dan 2% tidak memberikan jawaban terkait keaktifan dalam melakukan CSR.

Tabel 3. Aktivitas Corporate Social Responsibility UMKM di Surakarta

Keterangan	Jumlah UMKM	Persentase
Aktif melakukan CSR	93	37,2%
Tidak aktif melakukan CSR	152	60,8%
Tidak mengisi	5	2%
Total	250	100%

Sumber: diolah (2020)

Bentuk CSR yang diberikan UMKM Surakarta bermacam-macam. Tabel 4 menunjukkan hasil survei antara lain pembangunan fasilitas umum seperti jalan dan masjid, sponsor kegiatan kampung, bingkisan/jasa gratis untuk masyarakat sekitar saat even tertentu, maupun untuk karyawan sendiri dalam rangka menjaga solidaritas kerja. Dari sekian bentuk CSR tersebut, yang lebih banyak dilakukan oleh UMKM di Surakarta tersebut adalah menjadi sponsor kegiatan kampung dan pembangunan fasilitas umum yaitu sebesar 43% dan 34%.

Alasan mengapa tidak melakukan kegiatan CSR dapat dilihat pada Tabel 5. Tabel 5 menunjukkan sebanyak 78,28% pelaku UMKM tidak bersedia memberikan keterangan/alasan tidak melakukan CSR, 18,42% menyebutkan belum ada wujud berbagi seperti bentuk CSR, dan 3,28% lainnya menyebutkan karena usaha masih baru merintis sehingga skala usaha masih kecil. Dengan kata lain, belum mampu untuk melakukan kegiatan CSR secara aktif.

Berdasarkan hasil survei tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar UMKM tidak melakukan CSR lebih karena belum melihat kebermanfaatannya dari kegiatan CSR. Sehingga diperlukan

sosialisasi kepada para pelaku UMKM tentang manfaat dari kegiatan CSR dan apa saja bentuk yang bisa dilakukan dalam melakukan kegiatan CSR.

Tabel 4. Bentuk-Bentuk CSR UMKM di Surakarta

Keterangan	Jumlah	Prosentase
Pembangunan fasilitas umum	32	34,4%
Sponsor kegiatan kampung	40	43,01%
Beasiswa	1	1,07%
Karyawan	2	2,15%
Bingkisan/jasa	18	19,35%
Total	93	100%

Sumber: diolah (2020)

Tabel 5. Alasan UMKM di Surakarta Belum Melakukan CSR

Keterangan	Jumlah	Persentase
Usaha masih baru dirintis atau masih kecil/belum mampu	5	3,28%
Belum ada wujud berbagi seperti bentuk CSR	28	18,42%
Tanpa keterangan	119	78,28%
Total	152	100%

Sumber: diolah (2020)

Beramal/Shodaqoh UMKM

Hasil survei ke 250 UMKM di Kota Surakarta terkait dengan aktivitas beramal/shodaqoh UMKM menunjukkan sebagai berikut (Tabel 6). Tabel 6 menunjukkan 96,8% UMKM di Surakarta telah melakukan shodaqoh dan 3,2% belum melakukan shodaqoh. Hasil survei UMKM Surakarta menunjukkan terdapat banyak UMKM yang telah melakukan kegiatan amalan shodaqoh yaitu sebanyak 242 pelaku UMKM atau sekitar 96,8%. UMKM tersebut melakukan shodaqoh dengan tenggang waktu yang berbeda-beda, ada yang melakukan shodaqoh setiap hari, setiap minggu, setiap bulan, atau tidak ditentukan waktu tertentu sehingga mereka tetap melaksanakan shodaqoh kapan pun apabila ada kesempatan dan rejeki berlebih walaupun jumlahnya tidak sama. Untuk tujuan penerima shodaqoh yaitu biasanya mereka tujuan untuk tetangga sekitar yang membutuhkan, fakir miskin, anak yatim, atau di masjid-masjid sekitar rumah.

Tabel 6. Aktivitas Shodaqoh UMKM di Surakarta

Keterangan	Jumlah UMKM	Persentase
Belum beramal/shodaqoh	8	3,2%
Sudah beramal/shodaqoh	242	96,8%
Total	250	100%

Sumber: diolah (2020)

Terdapat 8 pelaku UMKM atau sekitar 3,2% yang tidak membayar shodaqoh. Hal ini tidak tanpa alasan, mereka tidak melakukan amalan shodaqoh dikarenakan masih banyaknya kebutuhan sehari-hari yang harus dicukupi sehingga masih belum mampu menyisihkan sebagian penghasilan yang mereka peroleh untuk bershodaqoh, dan selain itu alasannya dikarenakan masih merupakan usaha yang baru saja dirintis, maka mereka ingin fokus terlebih dahulu untuk mengembangkan usahanya.

Kebermanfaatan Usaha UMKM

Hasil survei ke 250 UMKM di Kota Surakarta terkait dengan aktivitas kebermanfaatan usaha UMKM menunjukkan sebagai berikut (Tabel 7). Tabel 7 menunjukkan 85,6% pelaku UMKM menyatakan bahwa usaha yang mereka jalankan memberikan manfaat kepada masyarakat secara umum, terutama bagi masyarakat sekitar lingkungan usaha. 6 % UMKM menyatakan usahanya kurang memberikan manfaat kepada masyarakat secara umum, dan 10% pelaku UMKM yang tidak memberikan pernyataan terkait kebermanfaatan usaha bagi lingkungan sekitar.

Tabel 7. Kebermanfaatan Usaha UMKM di Surakarta

Keterangan	Jumlah	Persentase
Usaha bermanfaat bagi lingkungan	214	85,6%
Usaha tidak bermanfaat bagi lingkungan	11	6%
Tidak mengisi	25	10%
Total	250	100%

Sumber: diolah (2020)

Tabel 8 menunjukkan bentuk manfaat yang disampaikan pelaku UMKM yaitu sebanyak 71% menyatakan bahwa usahanya memberikan manfaat berupa memenuhi kebutuhan pasar. Keberadaan mereka memudahkan warga sekitar untuk memperoleh kebutuhan yang mereka perlukan tanpa harus jauh-jauh pergi ke pusat perbelanjaan. 16% UMKM lainnya menyatakan bahwa keberadaan usaha mereka mampu memperbaiki perekonomian warga sekitar, dikarenakan karyawan yang mereka rekrut berasal dari warga sekitar. Sedangkan 12% UMKM lainnya tidak memberikan alasan kebermanfaatan usahanya.

Alasan kurang bermanfaat usaha mereka dapat dilihat pada Tabel 9. Tabel 9 menunjukkan pelaku UMKM yang menyatakan bahwa usahanya kurang memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar, sebanyak 2 pelaku menyatakan bahwa usahanya memberikan manfaat tidak langsung dan 9 lainnya tidak memberikan keterangan/alasan terkait hal tersebut. Berdasarkan hasil survei di atas, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar UMKM menyatakan bahwa usaha mereka memberikan kebermanfaatan bagi masyarakat sekitar terutama dalam hal pemenuhan kebutuhan pasar.

Tabel 8. Bentuk Manfaat Usaha UMKM di Surakarta

Keterangan	Jumlah	Persentase
Meningkatkan perekonomian	35	16,35%
Memenuhi kebutuhan pasar	153	71,49%
Tanpa keterangan	26	12,14%
Total	214	100%

Sumber: diolah (2020)

Tabel 9. Alasan Kurang Kebermanfaatan Usaha

Keterangan	Jumlah	Persentase
Manfaat tidak langsung	2	18,18%
Tanpa keterangan	9	81,81%
Total	11	100%

Sumber: diolah (2020)

5. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk memotret kontribusi UMKM di Surakarta terkait dengan kontribusi pajak, CSR, shodaqoh, dan kebermanfaatan usahanya. Survei 250 pelaku UMKM di Surakarta menunjukkan bahwa 66,8% pelaku UMKM masih belum membayar pajak. Hal ini dikarenakan beberapa alasan seperti tidak memiliki NPWP, baru merintis usaha, penghasilan belum mencapai PKP, karena usaha belum didaftarkan, dan tidak paham mengenai pajak. 33,2% pelaku usaha UMKM yang telah membayar pajak merupakan golongan usaha yang telah berjalan lama, sudah mempunyai tempat usaha tetap, dan cenderung berskala besar.

96,8% pelaku UMKM di Surakarta telah melakukan shodaqoh dengan tenggang waktu yang berbeda-beda, kapanpun apabila ada kesempatan dan rejeki berlebih walaupun jumlahnya tidak sama yang ditujukan untuk tetangga sekitar yang membutuhkan, fakir miskin, anak yatim, atau di masjid-masjid sekitar rumah. 36,4% pelaku UMKM telah aktif dalam melakukan CSR. Bentuk CSR yang diberikan bermacam-macam, antara lain pembangunan fasilitas umum seperti jalan dan masjid, sponsor kegiatan kampung, bingkisan/jasa gratis untuk masyarakat sekitar saat even tertentu, maupun untuk karyawan sendiri dalam rangka menjaga solidaritas kerja. 71,49% pelaku UMKM menyatakan bahwa usahanya memberikan manfaat berupa memenuhi kebutuhan pasar dimana keberadaan mereka memudahkan warga sekitar un-

tuk memperoleh kebutuhan yang mereka perlukan tanpa harus jauh-jauh pergi ke pusat perbelanjaan. 16% lainnya menyatakan bahwa keberadaan usaha mereka mampu memperbaiki perekonomian warga sekitar, dikarenakan karyawan yang mereka rekrut berasal dari warga sekitar.

Penelitian ini memberikan beberapa implikasi penelitian. Perlu dilakukannya sosialisasi tentang perhitungan pajak dan pentingnya pajak bagi pembangunan nasional di Indonesia yang dapat dilakukan oleh Dirjen Pajak serta dibantu oleh Kementerian Perdagangan dan Perindustrian maupun pihak berkepentingan yang lain kepada para pelaku usaha. Begitu pula dengan CSR, perlu dilakukan sosialisasi oleh para pendamping UMKM tentang manfaat CSR kepada para pelaku usaha di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani . (2014). *Teori Perpajakan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arief, E, M. (2009). *The Power Of Good Corporate Governance*. Jakarta: Salemba Empat
- Budi. (2006). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ekonomi*, 4(3).
- Dhita. (2009). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Tingkat Harga Saham Perusahaan. Universitas Widyatama.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2009). Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 Tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan.
- Elkington, J. (1997). Cannibals With Forks, The Triple Bottom Line Of Twentieth Century Business, Dalam Teguh Sri Pembudi. 2005. *CSR Sebuah Keharusan Dalam Investasi Sosial*. Jakarta: Pusat Penyuluhan Sosial (Pusensos) Departemen Sosial RI. La Tofi Enterprise
- Fuadi, A. O. & Mangoting, Y. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Pajak, Sanksi Perpajakan dan Biaya Kepatuhan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Tax & Accounting Review*, 1(1), 18-27.
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hendri, N. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak pada UMKM di Kota Metro. *AKUISISI*, 12(1), 1-15.
- Ibrahim, I. (2010). *Utang Lebih Mulia Dari Pada Sedekah*. Jakarta: Ufuk.
- Iskandar. (1994). *Sedekah Membuka Pintu Rezeki*. Bandung: Pustaka Islam.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2018). Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2016-2017. Diperoleh 16 Desember 2019, dari <http://www.depkop.go.id/data-umkm>
- Kotler, P., & Nancy, L. (2005). *Corporate Social Responsibility; Doing The Most Good You're Your Company And Your Cause*. Newjersey; Johnwiley& Sons,Inc.
- Mansur, Y. (2010). *Dahsyatnya Sedekah*. Jakarta: Tim PPPA Daarul Qur'an.
- Perdana. (2018). Pajak UMKM Turun, Jumlah Wajib Pajak Meningkatkan. Diakses pada tanggal 13 Mei 2020. Alamat <https://radarsolo.jawapos.com/read/2018/10/05/97574/pajak-umkm-turun-jumlah-wajib-pajak-meningkat>
- Retnowati, W. I. (2007). *Hapus Gelisah Dengan Sedekah*. Jakarta: Qultum Media.
- Rifa'i, B. (2013). Efektivitas pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 1(1), 130-136.
- Soemitro, R. (2007). *Dasar-Dasar Hukum Pajak dan Pajak Pendapatan*. Bandung: Eresco
- Sanusi, M. (2009). *The Power of Sedekah*. Yogyakarta: Pustaka Insan Madani.
- Satyo. (2001). *Pengungkapan Social dalam Laporan Tahunan*. Jakarta: PT Intama Artha Indonesia.
- Shihab, Q. (1994). *Membumikan Al-Qur'an Fungsi dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Mizan.
- Sudiarta, P. L. E., Kirya, I K., & Cipta, I W. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bangli. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 2(1). <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMI/article/view/3381>
- Sudjana, N., & Ibrahim. (1989). Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Bandung: Sinar Baru
- Sugianto. (2008). *Pajak dan Retribusi Daerah*. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia
- Tohar, M. (2000). *Membuka Usaha Kecil*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Kanisius.
- Wasita, A. (2019). Solo miliki potensi 43.000 UMKM. Diakses pada tanggal 13 Mei 2020. Alamat <https://jateng.antaranews.com/berita/213590/solo-miliki-potensi-43000-umkm>
- Yusro, H. W. & Kiswanto, K. (2014). Pengaruh Tarif Pajak, Mekanisme Pembayaran Pajak dan Kesadaran

Membayar Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kabupaten Jepara. *Accounting Analysis Journal*, 3(4), 429 – 436.