



MANAJEMEN PENDAMPINGAN

USAHA MIKRO dan KECIL

Siti Shoimah | Ali Muhajir

MANAJEMEN PENDAMPINGAN

USAHA MIKRO dan KECIL

Tentang Penulis



Siti Shoimah

Siti Shoimah lahir di Bojonegoro, meraih gelar Sarjana Administrasi Bisnis dengan predikat Cumlaude pada tahun 2012, kemudian melanjutkan gelar Magister dari program Beasiswa Unggulan *Fast Track* Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan pada tahun 2012-2014 dengan kekhususan *Business Policy* di Universitas Brawijaya Malang. Pada tahun 2014, penulis mendapatkan Beasiswa PPCPAK (Program Pendidikan Calon pendidik Akademi Komunitas) yang diselenggarakan oleh Dikti bekerjasama dengan Politeknik Negeri Malang. Setelah lulus ditempatkan untuk mengajar di Akademi Komunitas Putera Sang Fajar. Pada tahun 2014-2017 penulis menjadi *Quality Assurance* di salah satu Bank Syariah di Surabaya.

Saat ini Penulis merupakan dosen tetap pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam darul 'Ulum Lamongan. Salah satu tridharma yang dilakukan penulis adalah dengan membuat Buku Manajemen Pemasaran UMKM, menjadi pemerhati dalam pendampingan UMKM di beberapa Kecamatan di Bojonegoro dan Lamongan. Penulis berharap buku ini bisa menjadi acuan UMKM dalam meningkatkan usahanya. Jayalah selalu UMKM Indonesia.

Email Penulis: sitishoimah@unisda.ac.id



Ali Muhajir

Keterarikan penulis terhadap ilmu ekonomi dimulai pada tahun 2006 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk ke Fakultas Ekonomi Universitas Sunan Giri Surabaya dengan memilih Jurusan Manajemen dan berhasil lulus pada tahun 2010. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan Strata dua (S2) ke Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya dengan mengambil jurusan Magister Manajemen dan berhasil menyelesaikan studi Strata dua (S2) pada tahun 2013. Penulis memiliki kepakaran dibidang ilmu ekonomi manajemen. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti dibidang ilmu ekonomi. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI. Selain penelitian, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: alimuhajir@unisda.ac.id



☎ 0858 5343 1992
✉ eurekamediaaksara@gmail.com
📍 Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362



MANAJEMEN PENDAMPINGAN USAHA MIKRO DAN KECIL

Siti Shoimah
Ali Muhajir



eureka
media aksara

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

**MANAJEMEN PENDAMPINGAN
USAHA MIKRO DAN KECIL**

Penulis : Siti Shoimah
Ali Muhajir

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Meuthia Rahmi Ramadani

ISBN : 978-623-151-513-1

No. HKI : EC00202390115

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, SEPTEMBER 2023**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2023

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh
isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun,
termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman
lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, nikmat dan petunjuk-Nya sehingga Buku “Manajemen Pendampingan : Usaha Mikro dan Kecil” bisa terselesaikan.

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian, sehingga perlu dikelola secara baik sehingga dapat bermanfaat bagi masyarakat dan Negara. Buku ini berisi 9 Bab dengan dilengkapi contoh yang aplikatif untuk diterapkan oleh pelaku Usaha Mikro dan Kecil.

Kami menyadari bahwa buku ini masih jauh dari sempurna sehingga kami mempersilahkan kepada masyarakat untuk berkenan memberikan saran dan masukan untuk perbaikan ke depannya. Akhir kata, kami ucapkan terima kasih atas perhatian dari pembaca semua. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat untuk memajukan Usaha Mikro dan Kecil di Indonesia.

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| BAB 1 URGENSI PENDAMPINGAN UMKM..... | 1 |
| A. Urgensi Pendampingan UMKM | 1 |
| B. Memaknai Pendampingan UMKM | 4 |
| C. Peran Pendampingan..... | 8 |
| D. Peran Pendampingan UMKM..... | 12 |
| E. Profesionalisme Pendamping UMKM..... | 14 |
| BAB 2 MANAJEMEN PENDAMPINGAN UMKM..... | 18 |
| A. Urgensi Manajemen dalam Pendampingan..... | 18 |
| B. Pendekatan <i>Livelihood</i> dalam Pendampingan..... | 20 |
| C. Tahapan dan Langkah Pendampingan | 24 |
| BAB 3 PENDAMPINGAN LEGALITAS DAN PERIZINAN | |
| USAHA..... | 42 |
| A. Perizinan dan Legalitas Usaha | 42 |
| B. Nomor Induk Berusaha (NIB) | 44 |
| C. Perizinan Berbasis Resiko | 45 |
| D. Lisensi dan Izin..... | 46 |
| BAB 4 PENDAMPINGAN KELOMPOK USAHA | 49 |
| A. Teori Kelompok | 49 |
| B. Langkah-Langkah Pembentukan Kelompok | 56 |
| C. Kelompok Usaha Bersama (KUB) | 58 |
| D. Dasar-Dasar Organisasi Kelompok | 60 |
| BAB 5 IDENTIFIKASI DAN PEMETAAN POTENSI BISNIS | |
| UMKM | 69 |
| A. Memetakan Bisnis UMKM | 69 |
| B. Pengembangan Ide-Ide Bisnis | 74 |
| C. Identifikasi dan Menilai Peluang Bisnis | 81 |
| BAB 6 PENDAMPINGAN PENYUSUNAN RENCANA | |
| USAHA..... | 90 |
| A. Menyusun Rencana Bisnis yang Berkualitas | 90 |
| B. Menyusun Rencana Bisnis (<i>Business Plan</i>) | 94 |
| C. Mengenal Kanvas Model Bisnis..... | 97 |
| BAB 7 PENDAMPINGAN ASPEK PEMASARAN..... | 105 |
| A. Konsep Pemasaran | 105 |

| | |
|---|------------|
| B. Bauran Pemasaran | 107 |
| C. Strategi Pemasaran UMKM | 110 |
| D. Pengenalan E-Commerce Bagi UMKM..... | 120 |
| BAB 8 PENDAMPINGAN ASPEK KEUANGAN | 124 |
| A. Mengelola Keuangan UMKM..... | 124 |
| B. Menghitung Biaya, HPP dan BEP | 126 |
| C. Menentukan Harga Jual | 132 |
| D. Permodalan Usaha..... | 134 |
| E. Administrasi Keuangan UMKM..... | 143 |
| F. Pendampingan Akses Pembiayaan UMKM..... | 160 |
| BAB 9 ASPEK PRODUKSI DAN PENDAMPINGAN PRODUK UMKM..... | 170 |
| A. Manajemen Produksi UMKM..... | 170 |
| B. Perencanaan Fasilitas dan Lay Out Mesin Produksi . | 173 |
| C. Pengembangan Mutu Produk UMKM..... | 175 |
| D. Pendampingan Penerapan SNI (Standar Nasional Indonesia) | 178 |
| E. Pendampingan <i>Branding, Packaging</i> dan Labeling | 181 |
| F. Pendampingan HKI (Hak Kekayaan Intelektual)..... | 184 |
| G. Pendampingan Produk Ramah Lingkungan..... | 189 |
| DAFTAR PUSTAKA | 192 |
| TENTANG PENULIS | 194 |



**MANAJEMEN PENDAMPINGAN
USAHA MIKRO DAN KECIL**

**Siti Shoimah
Ali Muhajir**



BAB

1

URGENSI PENDAMPINGAN UMKM

A. Urgensi Pendampingan UMKM

Perkembangan usaha menjadi sebuah prioritas yang selalu diinginkan oleh setiap pelaku bisnis UMKM. Bagi siapa saja para pelaku usaha utamanya dibidang mikro, kecil dan menengah selalu berharap dan bercita-cita agar usahanya yang dimulai dari kecil bisa menjadi besar dan bisa menjadikan pemiliknya sebagai pengusaha yang sukses. Membuat usaha maju memang banyak aspek yang bisa mempengaruhi salah satunya pendampingan, baik dilakukan secara perorangan ataupun lembaga yang memang memiliki perhatian yang tinggi terhadap pengembangan UMKM.

Kata “pendampingan” menjadi istilah yang cukup populer berkembang di kalangan dunia LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) yang berkembang di Indonesia sejak dekade 80-an hingga kini. Bila dilihat dari susunan katanya bahwa istilah Pendamping terdiri dari 2 (dua) suku kata, yaitu: Pen (pe) dan damping. Suku kata Pen (Pe) mengartikan Individu, orang yang sedang melakukan pekerjaan atau aktivitas tertentu. Suku kata Damping mempunyai arti Sisi atau Samping terdekat, Mitra, Setara, Teman. Maka dapat diterangkan bahwa makna Pendamping adalah “Individu atau seseorang yang melakukan aktivitas menemani secara dekat dan mempunyai kedudukan setara dengan yang ditemani.” (Akhmad Rokhoul A, hal. 13 tahun 2010).

BAB 2

MANAJEMEN PENDAMPINGAN UMKM

A. Urgensi Manajemen dalam Pendampingan

Manajemen Pendampingan tidak terlepas dari prinsip-prinsip manajemen pada umumnya, yaitu 1) Perencanaan; dengan perencanaan yang baik dan disepakati bersama tentang batasan, keberhasilan, peran serta dan tanggungjawab, maka sebenarnya telah diketahui akan adanya batasan dan pengalihan/transformasi dalam proses pendampingan. 2) Memonitoring ; adanya pemantauan dari Pendamping dan Kelompok Masyarakat secara periodik, sehingga bila terjadi penyimpangan dari yang direncanakan akan dapat diketahui sejak dini. 3) Sistem Informasi ; proses komunikasi terus terjaga dengan dukungan informasi secara tertulis dan transparan. 4) Evaluasi ; sebagai tolok ukur kegiatan pendampingan, sejauhmana efektivitas dan efisensi proses pendampingan telah dicapai.

Manajemen pendampingan dilakukan untuk menghindari adanya pelampauan batas-batas hubungan interaksi antara kelompok masyarakat dengan lembaga pendamping dirasakan perlunya cara pengelolaan interaksi tersebut yang sejak semula telah disepakati oleh kedua belah pihak.

Iniilah yang menjadikan mengapa perlu adanya Manajemen Pendampingan yang mendasari hubungan antara Kelompok Masyarakat dengan Pendamping atau Lembaga Pendamping. Adapun Manajemen Pendampingan itu sendiri

BAB 3

PENDAMPINGAN LEGALITAS DAN PERIZINAN USAHA

A. Perizinan dan Legalitas Usaha

Sebagai individu, kelompok atau suatu perusahaan yang menjalankan usaha, pada dasarnya adalah bagian dari masyarakat yang membutuhkan pengakuan dan penyesuaian pada peraturan pemerintah agar usaha atau bisnis tersebut dapat beroperasi secara legal atau sah. Karena itu semua kegiatan usaha di Indonesia memerlukan perizinan yang diatur dalam berbagai peraturan seperti undang-undang, peraturan pemerintah dan lain-lain.

Pengertian dari perizinan berusaha adalah persetujuan yang diperlukan oleh pelaku usaha untuk memulai dan menjalankan usaha dan diberikan dalam bentuk persetujuan yang dituangkan ke dalam surat atau keputusan, setelah pelaku usaha tersebut memenuhi semua persyaratan yang sudah ditentukan.

Aspek legalitas dan perizinan sangat penting bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam menjalankan bisnis mereka. Berikut adalah beberapa aspek legalitas dan perizinan yang perlu diperhatikan oleh UMKM:

1. Pendirian Perusahaan

UMKM harus memiliki legalitas pendirian perusahaan yang sah, seperti NIB, akta pendirian, NPWP dll sesuai jenis usahanya. Legalitas ini diperlukan agar UMKM dapat beroperasi secara legal dan terdaftar secara resmi di instansi pemerintah terkait.

BAB

4

PENDAMPINGAN KELOMPOK USAHA

A. Teori Kelompok

Sejak dahulu kala kita telah diwariskan nenek moyang kita hidup dalam kelompok-kelompok yang melahirkan nilai-nilai kekeluargaan dan kegotongroyongan. Kegiatan-kegiatan seperti membangun rumah, membuat irigasi sederhana, membuat kebun baru, dan lain-lain yang selalu dikerjakan bersama-sama merupakan cerminan kegotongroyongan bangsa kita.

Biasanya, kegiatan gotong royong tersebut dilakukan untuk kepentingan yang lebih luas seperti pengelolaan tanah, musim tanam, panen, dan lain-lain. Guna mengorganisir kegiatan-kegiatan semacam ini kemudian bermunculanlah kelompok-kelompok musiman yang akan segera berakhir begitu selesainya kegiatan bersama tersebut.

Kelompok-kelompok yang bersifat sementara ini dianggap oleh banyak kalangan kurang bermanfaat karena potensi yang ada tidak dilestarikan. Karena itu, dalam proses pembangunan dewasa ini dibutuhkan kesiapan masyarakat yang mampu mengelola sumberdaya-sumberdaya yang ada. Karena keterbatasan tenaga dan waktu, diperlukan kelompok yang mandiri dan kuat untuk mampu mengelola kegiatan pembangunan yang sedang digalakkan.

Pengembangan kelompok merupakan alternatif untuk mengejar keterlambatan pembangunan selama ini. Untuk itulah lembaga-lembaga penggerak pembangunan baik swasta

BAB 5

IDENTIFIKASI DAN PEMETAAN POTENSI BISNIS UMKM

A. Memetakan Bisnis UMKM

Berbagai data dan fakta menunjukkan potensi usaha mikro, kecil dan menengah (KUMKM) memberikan kontribusi yang sangat signifikan dalam pembangunan nasional. Disisi lain masih banyak potensi bisnis UMKM yang belum terpetakan karena beberapa hal, antara lain *barier to entry* bisnis skala ini sangat mudah dan dinamisasi bisnis juga sangat besar. Karena itu pemetaan bisnis UMKM perlu dilakukan guna membuka peluang kerjasama dengan berbagai rantai pelaku bisnis untuk peningkatan akses ke berbagai sumber daya produktif.

Pemangku kebijakan di daerah seyogyanya mengembangkan perekonomian daerahnya dengan melakukan pemetaan potensi bisnis khususnya pelaku UMKM berdasarkan sektor-sektor unggulan dari masing-masing daerah. Pemetaan potensi bisnis daerah ini menjadi sangat penting demi mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dengan mengedepankan kewilayahan dan pemerataan.

Demikian halnya bagi seorang entrepreneur, konsep bisnis yang menawarkan peluang sangat besar pasti akan menarik perhatian dan tidak akan disia-siakan. Namun, peluang tersebut tidak bisa dilihat sekilas karena peluang adalah sesuatu yang abstrak. Hanya dengan melakukan analisa yang komprehensif, seorang entrepreneur dapat menemukan peluang atau potensi tertentu dari suatu bisnis.

BAB 6

PENDAMPINGAN PENYUSUNAN RENCANA USAHA

A. Menyusun Rencana Bisnis yang Berkualitas

Rencana bisnis ibarat merupakan peta jalan bagi wirausahawan menuju pembangunan bisnis yang sukses dan menguntungkan. Setiap wirausahawan yang sudah membuka usaha atau akan meluncurkan suatu usaha, membutuhkan sebuah rencana bisnis yang dibuat dengan baik dan berdasarkan fakta untuk meningkatkan peluang keberhasilan usahanya.

Selama berpuluh-puluh tahun, penelitian telah membuktikan bahwa perusahaan yang melakukan perencanaan bisnis akan mengalahkan perusahaan yang tidak melakukannya. Menurut berbagai penelitian juga menunjukkan bahwa banyak perusahaan kecil kurang teliti dalam pendekatan mereka dalam menyusun dan mengembangkan rencana bisnis.

Bahkan, tidak sedikit wirausahawan yang tidak pernah meluangkan waktu untuk menyusun dan mengembangkan rencana bisnis bagi usahanya. Pada akhirnya, berdampak tingginya tingkat kegagalan yang dialami oleh perusahaan kecil akibat lemah dan kurangnya perencanaan bisnis yang dijalankannya.

Rencana bisnis adalah ringkasan tertulis mengenai rencana pendirian perusahaan atau menjalankan usaha yang berisi rincian gambaran kegiatan operasi dan rencana keuangan, peluang dan strategi pemasaran serta kemampuan pengelolaan. Rencana bisnis ini menguraikan arah dan tujuan perusahaan

BAB

7

PENDAMPINGAN ASPEK PEMASARAN

A. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran atau marketing merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha. Baik peluang usaha baru maupun usaha yang telah lama dirintis, baik usaha kecil maupun usaha yang telah berkembang sekalipun. Semuanya membutuhkan konsep marketing untuk mengembangkan usaha yang dijalankan.

Pemasaran adalah segala sesuatu yang Anda lakukan untuk mendapatkan informasi siapa pelanggan Anda dan apa yang pelanggan butuhkan dan inginkan. Hal ini untuk dapat memuaskan pelanggan sementara Anda juga mendapatkan keuntungan dengan:

- Menyediakan produk atau jasa yang mereka butuhkan
- Menetapkan harga yang mereka mampu bayar
- Menawarkan barang atau jasa Anda kepada mereka; dan
- Memberikan informasi dan menarik pelanggan agar mereka mau membeli barang atau jasa usaha Anda.

Pemasaran adalah bagian penting dalam memulai dan menjalankan bisnis. Sebagus apapun produk atau jasa Anda, jika Anda tidak memasarkannya dengan cara tepat tidak seorangpun akan membelinya.

Tujuan pemasaran adalah memenuhi dan melayani kebutuhan dan keinginan pelanggan sasaran. Tetapi mengenal pelanggan tidaklah mudah. Para pelanggan mungkin saja

BAB

8

PENDAMPINGAN ASPEK KEUANGAN

A. Mengelola Keuangan UMKM

Mengelola keuangan merupakan hal yang sangat penting bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Dengan pengelolaan keuangan yang baik akan membantu UMKM untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dan menghindari kerugian. Selain itu, dengan mengelola keuangan dengan baik, UMKM juga dapat memperoleh akses ke sumber pembiayaan yang lebih mudah, seperti pinjaman dari lembaga keuangan. UMKM juga dapat mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah keuangan secara cepat. Hal ini akan membantu UMKM untuk menghindari krisis keuangan yang dapat berdampak buruk pada kelangsungan usaha.

Mengelola keuangan dengan baik juga akan membantu UMKM untuk memperoleh kepercayaan dari investor, pelanggan, dan mitra bisnis. Hal ini akan membantu UMKM untuk memperluas jaringan bisnis dan meningkatkan reputasi. Dengan demikian, mengelola keuangan dengan baik merupakan hal yang sangat penting bagi UMKM. UMKM perlu memiliki kemampuan dalam mengelola keuangan dan melakukan monitoring secara teratur agar bisnis dapat berkembang dengan baik dan berkelanjutan.

Kebanyakan entrepreneur atau pelaku usaha kecil lebih tertarik pada ide-ide bisnis mereka dan menganggap manajemen keuangan adalah hal yang akan berjalan dengan sendirinya. Mereka berpikir jika bisnis bagus, keuangan juga

BAB 9

ASPEK PRODUKSI DAN PENDAMPINGAN PRODUK UMKM

A. Manajemen Produksi UMKM

Pelaku UMKM perlu menerapkan prinsip-prinsip manajemen produksi dengan baik dalam rangka meningkatkan efisiensi produksi dan daya saing. Dengan menerapkan prinsip-prinsip manajemen produksi yang baik, UMKM dapat memperbaiki proses produksi dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.

Manajemen produksi adalah suatu proses secara berkesinambungan dan efektif menggunakan fungsi-fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumberdaya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan. Manajemen produksi merupakan kegiatan manajemen yang berhubungan dengan pembuatan barang dan jasa. Adapun fungsi manajemen produksi.

1. Pada fungsi perencanaan, mencakup penentuan peranan dari kegiatan produksi termasuk perencanaan produk, perencanaan fasilitas, dan perencanaan penggunaan sumber daya produksi.
2. Pada fungsi pengorganisasian, mencakup penentuan struktur organisasi dan kebutuhan sumberdaya yang diperlukan di bagian produksi untuk mencapai tujuan operasi serta mengatur wewenang dan tanggung jawab yang diperlukan dalam pelaksanaannya.
3. Pada fungsi penggerakan, mencakup kegiatan memotivasi karyawan bagian produksi untuk melaksanakan tugasnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Casson, Markus (1997), *Informasi dan Organisasi*, Oxford: Clarendon Pers. Casson, Markus (2000), *Kewirausahaan dan Kepemimpinan*, Cheltenham, Inggris dan Northampton, MA, AS: Edward Elgar.
- Hasan, Muhammad dkk. 2023. *Manajemen UMKM Berkelanjutan*. Jakarta: CV Media Sains Indonesia.
- Shoimah, S., Muhajir, A., & Rosyid, M. (2023). PENGARUH ENTREPRENEURIAL SPIRITUALITY DAN SOCIAL MEDIA ADOPTION TERHADAP KEBERLANJUTAN KINERJA UMKM DENGAN MEDIASI KAPABILITAS INOVASI. *J-MACC : Journal of Management and Accounting*, 6(2), 186-200.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52166/j-macc.v6i2.4904>
- Shoimah, S. 2019. Pengaruh Self Efficacy, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNISDA Lamongan. *J-MACC : Journal of Management and Accounting*, 2(2), 189-203.
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1).<https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.575>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan & Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil & Menengah.
<https://smesta.kemenkopukm.go.id/> (Diakses pada tanggal 19 Februari 2023)
- <https://oss.go.id> (Diakses pada tanggal 26 Februari 2023)
- www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Jaga-Momentum-Pemulihan-Ekonomi,-OJKPerpanjang-Relaksasi-Restrukturisasi-Kredit-HinggaMaret-2023.aspx (Diakses pada tanggal 20 Februari 2023)

<https://www.pajak.go.id/siaran-pers/pemerintahurunkan-tarif-pph-final-umkm-jadi-05> (Diakses pada tanggal 20 Februari 2023)

TENTANG PENULIS

Siti Shoimah



Siti Shoimah lahir di Bojonegoro, meraih gelar Sarjana Administrasi Bisnis dengan predikat Cumlaude pada tahun 2012, kemudian melanjutkan gelar Magister dari program Beasiswa Unggulan *Fast Track* Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan pada tahun 2012-2014 dengan kekhususan *Business Policy* di Universitas Brawijaya Malang. Pada tahun 2014, penulis mendapatkan Beasiswa PPCPAK (Program Pendidikan Calon pendidik Akademi Komunitas) yang diselenggarakan oleh Dikti bekerjasama dengan Politeknik Negeri Malang. Setelah lulus ditempatkan untuk mengajar di Akademi Komunitas Putera Sang Fajar. Pada tahun 2014-2017 penulis menjadi *Quality Assurance* di salah satu Bank Syariah di Surabaya.

Saat ini Penulis merupakan dosen tetap pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan. Salah satu tridharma yang dilakukan penulis adalah dengan membuat Buku Manajemen Pemasaran UMKM, menjadi pemateri dalam pendampingan UMKM di beberapa Kecamatan di Bojonegoro dan Lamongan. Penulis berharap buku ini bisa menjadi acuan UMKM dalam meningkatkan usahanya. Jayalah selalu UMKM Indonesia.

Email Penulis: sitishoimah@unisda.ac.id

Ali Muhajir



Ketertarikan penulis terhadap ilmu ekonomi dimulai pada tahun 2006 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk ke Fakultas Ekonomi Universitas Sunan Giri Surabaya dengan memilih Jurusan Manajemen dan berhasil lulus pada tahun 2010. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan Strata dua (S2) ke Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya dengan mengambil jurusan Magister Manajemen dan berhasil menyelesaikan studi Strata dua (S2) pada tahun 2013. Penulis memiliki kepakaran dibidang ilmu ekonomi manajemen. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti dibidang ilmu ekonomi. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI. Selain penelitian, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: alimuhajir@unisda.ac.id