

SOSIALISASI PENGEMBANGAN UMKM DI DUSUN KALANGAN KEBONAGUNG IMOIRI BANTUL

Suyanto^{1*}, Uum Helmina Ch², Bernadetta Diansepti Maharani³

Intan Wulandari⁴, Rfanurhidayati⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

*)iyant@ustjogja.ac.id

ABSTRAK

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan pelaku UMKM khususnya di Padukuhan, Kalangan, Kebonagung, Imogiri, Bantul. Masyarakat Padukuhan Kalangan banyak diantaranya yang merupakan para pelaku UMKM. Oleh karena itu, setelah melakukan survei tentang kondisi dan situasi di dusun Kalangan, sehingga dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM membutuhkan pengetahuan tentang pengelolaan UMKM. Tujuan kegiatan ini yaitu untuk menjelaskan mengenai strategi pemasaran digital, pengelolaan pembukuan sederhana dan pengetahuan perpajakan pada UMKM. Metode yang dilakukan yaitu dengan metode ceramah dan diskusi. Materi yang disampaikan pada pengabdian masyarakat ini yaitu strategi pemasaran digital, pengelolaan pembukuan sederhana serta pengetahuan pajak pada UMKM dan perkembangan saat ini. Hasil dari kegiatan ini adalah strategi pemasaran digital dan pengelolaan pembukuan UMKM yang dapat menjadikan sumber referensi bagi peserta atau pelaku UMKM. Pemaparan dari penerangan mendapatkan respon positif dan mudah diaplikasikan pada bisnis UMKM di Padukuhan Kalangan Kebonagung, Imogiri, Bantul.

Kata Kunci : UMKM, Pemasaran Digital, Perpajakan, Pembukuan Sederhana.

ABSTRACT

The implementation of this community service activity involves MSME actors, especially in Padukuhan, Kalangan, Kebonagung, Imogiri, Bantul. Many of the Padukuhan communities are MSME actors. Therefore, after conducting a survey on the conditions and situation in the hamlet of Kalangan, it can be concluded that MSME actors need knowledge about MSME management. The purpose of this activity is to explain digital marketing strategies, simple bookkeeping management and knowledge of taxation in MSMEs. The method used is the lecture and discussion method. The materials presented at this community service were digital marketing strategies, simple bookkeeping management and tax knowledge on MSMEs and current developments. The results of this activity are digital marketing strategies and MSME bookkeeping management that can be a source of reference for MSME participants or actors. The presentation from the speaker received a positive response and was easy to apply to the MSME business in Padukuhan Kalangan Kebonagung, Imogiri, Bantul.

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, Taxation, Simple Bookkeeping.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah banyak memberikan dampak terhadap UMKM yang ada di Indonesia. Salah satunya UMKM yang berada di Padukuhan Kalangan, Kebonagung, Imogiri, Bantul. Pandemi merupakan salah satu faktor penyebab UMKM kesulitan dalam

melunasi pinjaman. Kendala lainnya seperti sulitnya untuk memperoleh bahan baku, pemodal, produksi melambat serta konsumen menurun (Arianto, 2020).

Banyaknya pesaing bisnis dan ketepatan dalam memilih alat pemasaran agar tepat sasaran membuat para pelaku UMKM harus selektif dalam memasarkan produk mereka (Krisnawati, 2018). Sampai dengan hari ini, masih banyak UMKM yang kurang memahami cara untuk memasarkan produk mereka agar dapat dikenal dan dibeli secara berulang oleh konsumen. Salah satu konsep dalam manajemen pemasaran yang lebih murah dan cukup mudah digunakan adalah melalui pemasaran digital (Jannatin *et al.*, 2020). Namun, implementasi pemasaran digital yang beragam dapat memunculkan kebingungan dan banyak pertanyaan sehingga membuat pelaku UMKM tidak fokus dan terarah. Penggunaan media pemasaran digital harus memiliki strategi dan konsep yang kuat sebagai fondasi dasar sehingga pelanggan dapat loyal kepada pelaku UMKM dan diharapkan dapat meningkatkan pembelian *online*. Oleh karena itu penting sekali memberikan pengetahuan literasi dan pelatihan tentang Strategi Pemasaran Digital bagi Pelaku UMKM.

Maka dari itu para UMKM sedang berjuang agar mampu bertahan di tengah pandemi. Dalam hal ini pengelolaan keuangan dengan baik dan tepat sangat dibutuhkan. Sebaiknya para pelaku UMKM mempunyai pengetahuan tentang cara pengelolaan keuangan yang tepat serta menggunakan strategi salah satunya dengan membuat pengelolaan pembukuan sederhana (Damayanti *et al.*, 2021). Selain itu para pelaku UMKM juga membutuhkan pengetahuan terkait perpajakan yang ada di Indonesia karena penghasilan terbesar Indonesia berasal dari sektor perpajakan (Prasetyo *et al.*, 2020). Pajak penghasilan yang menjadi sumber penerimaan negara terbesar yaitu adalah sektor UMKM.

Sektor UMKM yang dapat menjadi sektor prioritas dalam penggalan potensi pajak penghasilan adalah sektor industri pengolahan dan sektor perdagangan. Kedua sektor tersebut memiliki potensi pajak penghasilan yang paling besar dibandingkan sektor lainnya. Oleh karena itu perlunya pemahaman lebih lanjut yang diberikan kepada para pelaku UMKM, harapannya pelaku UMKM dapat memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan aturan yang berlaku. Di sisi lain pelaku UMKM juga perlu memahami bagaimana proses pengelolaan pembukuan secara sederhana untuk dapat melakukan kontrol atas pengeluaran ataupun penghasilan yang diterima dari kegiatan usaha.

Berdasarkan uraian masalah di atas diperlukan upaya sosialisasi pengembangan UMKM untuk membekali para pemilik UMKM di Dusun Padukuhan Kalangan, Kebonagung, Imogiri, Bantul yang menjalankan usaha dan terkena dampak pandemi

Covid-19. Maka tujuan dari kegiatan sosialisasi pengembangan UMKM ini adalah untuk tetap optimis dalam mengembangkan UMKM yang ada, untuk meningkatkan kemampuan dan literasi tentang strategi pemasaran serta meningkatkan pengetahuan untuk para UMKM tentang cara mengelola keuangan UMKM dalam masa pandemi Covid-19, sehingga para pelaku UMKM mendapatkan edukasi agar tetap bisa bertahan di masa pandemi.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus untuk meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM di Dusun Padukuhan Kalangan, Kebonagung, Imogiri, Bantul. Pemahaman mengenai cara mengembangkan UMKM yang ada, strategi pemasaran serta mengelola keuangan UMKM dalam masa pandemi Covid-19. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada hari Jum'at, 28 Januari 2022 pada pukul 09.00 – selesai secara *online* dengan bantuan *Zoom Meeting*. Pelaksanaan kegiatan ini melibatkan beberapa pihak salah satunya adalah mahasiswa yang ikut serta dalam program Kuliah Kerja Nyata (KKN). Teknik pelaksanaan dari kegiatan ini adalah penyampaian materi oleh Narasumber yang diundang. Kemudian dilanjutkan dengan diskusi melalui sesi tanya jawab.

Materi sosialisasi yaitu penyampaian presentasi melalui *Zoom Meeting* oleh narasumber tentang bagaimana cara mengembangkan UMKM dengan memanfaatkan teknologi, yaitu *digital marketing*, pengelolaan keuangan (pembukuan) UMKM pada masa pandemi, serta pengetahuan pajak pada UMKM dan perkembangan saat ini. Para pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi yang terbilang modern seperti saat ini untuk memperluas pasar usahanya sehingga dapat terus berkembang dengan jangkauan pasar yang luas, strategi pemasaran yang lebih baik serta memahami cara pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien.

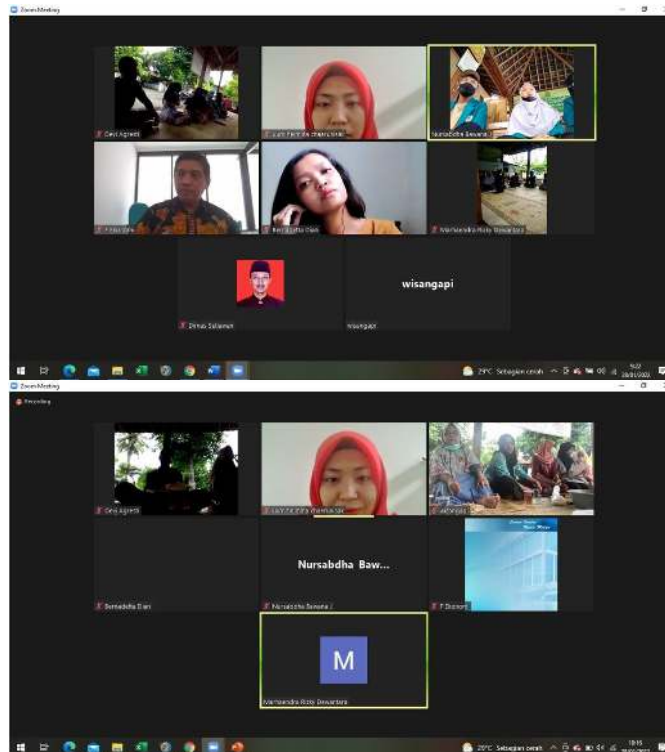
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi pengembangan UMKM dihadiri oleh tiga belas orang yaitu warga Padukuhan Kalangan dan 6 orang yaitu pemilik UMKM. Hal tersebut menunjukkan animo dari ibu-ibu, kader, dan para pelaku UMKM sangat tinggi dalam memperkaya pengetahuan baru. Awal pelaksanaan dilakukan pada hari Senin, 17 Januari 2022 dengan melakukan pendataan kepada seluruh pelaku UMKM yang ada di Padukuhan Kalangan. Selanjutnya pada hari Jum'at, 28 Januari 2022 melaksanakan kegiatan dengan memberikan

materi edukasi oleh narasumber yang dilakukan melalui via zoom, diikuti oleh ibu-ibu, kader, dan para pelaku UMKM yang berada di Dusun Kalangan Berikut peserta sosialisasi pengembangan UMKM:

Tabel 1. Peserta Sosialisasi

No	Nama
1	Suratmi
2	Soqiyem
3	Tumiyem
4	Uswatun
5	Hartini
6	Nurfini
7	Yayuk
8	Ngadilan
9	Lilin
10	Yuningsih
11	Kamisah
12	Sarjilah
13	Erna
14	Emy
15	Wiji
16	Surip
17	Fatimah
18	Rujinem
19	Yuni



Gambar 1. Narasumber Sosialisasi Pengembangan UMKM



Gambar 2. Peserta Sosialisasi Pengembangan UMKM bersama panitia lapangan

Narasumber menyampaikan materi serta membuka ruang untuk berdiskusi. Dengan penuh harapan, sosialisasi ini dapat menghasilkan pengetahuan bagi masyarakat dan para pelaku UMKM untuk membangun dan mengembangkan usahanya. Selain itu hasil dari kegiatan ini berupa pemahaman masyarakat terkait dengan strategi pemasaran dan pengelolaan pembukuan yang tepat agar usaha yang dimiliki dapat bertahan dan juga dapat memasarkan produknya secara luas sehingga usaha tersebut dapat berkembang dan maju. Di sisi lain masyarakat juga semakin memahami ketentuan perpajakan bagi pelaku UMKM secara umum.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sosialisasi pengelolaan keuangan dilaksanakan dengan beberapa pelaku UMKM bidang kuliner yang menjadi peserta dalam kegiatan ini. Sosialisasi pemasaran online pada UMKM merupakan salah satu upaya agar produk yang diproduksi oleh UMKM dapat dikenal oleh masyarakat secara luas. Beberapa peserta dalam kegiatan ini telah melakukan pemasaran produknya melalui

instagram sehingga mereka telah paham dalam menggunakan sosial media untuk memasarkan produk.

REKOMENDASI

Sosialisasi-sosialisasi serupa dapat diberikan kepada para pelaku UMKM di Dusun Padukuhan Kalangan untuk menambah pengetahuan maupun keterampilan dengan cara mengadakan kegiatan pelatihan perancangan pemasaran digital secara *offline*.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim Pengabdian mengucapkan banyak terimakasih kepada 1) Kepala LP3M Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa yang telah menerima proposal pengabdian kepada masyarakat, 2) Kepada Kepala Dukuh Dusun Kalangan yaitu Bapak Sagina, warga sekitar, serta para pelaku UMKM Dusun Kalangan yang sudah antusias untuk berpartisipasi pada kegiatan sosialisasi ini. Tak lupa, kepada narasumber atau dosen pemateri Bapak Dr. Suyanto, M. Si, Ibu Bernadetta Diansepti Maharani, S.E, M.M, dan Ibu Uum Helmina Chaerunnisak, S.E., M.Si, Ak., CA. yang telah bersedia berbagi ilmu dan pengalaman kepada masyarakat Dusun Kalangan. Harapan besar kami, kegiatan ini dapat memberikan manfaat besar bagi pelaku UMKM khususnya dan masyarakat sekitar pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Atrabis: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233–257. <https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452>
- Damayanti, A., Nelyumna, Widyaningsih Azizah, & Bella Rusania Tisan Lie. (2021). Pembukuan Keuangan UMKM Binaan Posdaya Cempaka. *Suluh: Jurnal Abdimas*, 3(1), 20–26. <https://doi.org/10.35814/suluh.v3i1.2427>
- Jannatin, R., Wardhana, W., Haryanto, R., & Pebriyanto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Impact: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Krisnawati, D. (2018). Peran perkembangan teknologi digital pada strategi pemasaran dan jalur distribusi UMKM di indonesia (Studi kasus: UMKM kuliner tanpa restaurant 'kepiting nyinyir'). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 2338–4794.
- Prasetyo, A., Andayani, E., & Sofyan, M. (2020). Pembinaan Pelatihan Pembukuan Laporan Keuangan Terhadap Wajib Pajak UMKM Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 1(1), 34–39.