

WORKSHOP DIGITAL MARKETING, MANAJEMEN KEUANGAN DAN LITERASI PAJAK DALAM UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING UMKM DI DESA CIKADUT, CIMENYAN, DAN MADALAMEKAR

Dewi Mulyati^{1✉}, Linda Wulandari², Gunardi³, Yani Ramdani⁴, Siti Mialasmaya⁵

^{1,2,3}Akuntansi & Perpajakan, Politeknik Pajajaran ICB Bandung, Indonesia, 40192

⁴Universitas Islam Bandung

⁵STIE Pasundan

E-mail : [dewi.mulyati@poljan.ac.id✉](mailto:dewi.mulyati@poljan.ac.id)

Info Artikel:

Diterima: 22 Desember 2024

Diperbaiki: 26 Desember 2024

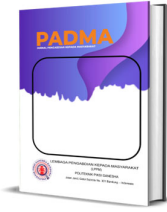
Disetujui: 29 Desember 2024

Keywords: digital marketing, financial management, tax literacy, MSMEs, community development

Kata Kunci: pemasaran digital, manajemen keuangan, literasi pajak, UMKM, pembangunan masyarakat

Abstract: This workshop focused on digital marketing, financial management, and tax literacy aimed at enhancing the competitiveness of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the villages of Cikadut, Cimenyan, and Madalamekar. The primary issues addressed included limited knowledge and skills in these areas among local entrepreneurs, which hindered their business growth. The objective was to equip participants with essential tools and strategies for effective marketing and financial management while fostering awareness of tax responsibilities. Utilizing interactive training sessions and hands-on activities, the approach encouraged practical application of concepts learned. The results demonstrated significant improvements in participants' competencies, leading to increased business performance and community engagement, thereby promoting sustainable economic development within the villages.

Abstrak: Workshop ini berfokus pada pemasaran digital, manajemen keuangan, dan literasi pajak yang bertujuan meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di desa Cikadut, Cimenyan, dan Madalamekar. Isu utama yang diatasi meliputi kurangnya pengetahuan dan keterampilan di bidang ini di kalangan pengusaha lokal, yang menghambat pertumbuhan bisnis mereka. Tujuannya adalah untuk melengkapi peserta dengan alat dan strategi yang penting untuk pemasaran yang efektif serta manajemen keuangan, sambil



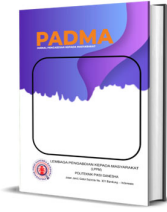
meningkatkan kesadaran tentang tanggung jawab pajak. Dengan menggunakan sesi pelatihan interaktif dan aktivitas praktik, pendekatan ini mendorong aplikasi nyata dari konsep yang dipelajari. Hasilnya menunjukkan perbaikan signifikan dalam kompetensi peserta, yang mengarah pada peningkatan kinerja bisnis dan keterlibatan masyarakat, sehingga mempromosikan pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam desa.

Pendahuluan

Transformasi digital telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental di era modern ini, menciptakan peluang dan tantangan baru bagi pelaku usaha di berbagai sektor. Perkembangan teknologi di era digital saat ini memberikan pengaruh signifikan terhadap bisnis, terutama dalam bidang pemasaran, keuangan, dan literasi pajak (Dahlan, 2017). Pemanfaatan teknologi menjadi aspek krusial dalam meningkatkan produktivitas. Namun, banyak pelaku usaha, salah satunya adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menghadapi kendala dalam mengelola keuangan secara efisien dan melakukan pemasaran secara efektif, karena terbatasnya pengetahuan mengenai digitalisasi. Sejumlah penelitian menekankan pentingnya peran pemerintah dalam mendukung pertumbuhan usaha kecil. Dukungan ini sangat diperlukan mengingat kontribusi UMKM yang signifikan terhadap perekonomian nasional.

Adopsi teknologi digital menjadi kunci keberhasilan UMKM dalam menghadapi persaingan global yang semakin ketat. Inisiatif untuk mendukung transformasi digital UMKM dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan kemampuan kompetitif dan performa usaha kecil. Upaya ini esensial untuk memaksimalkan manfaat positif bagi usaha kecil dalam mencapai sasaran digital dan mengadopsi teknologi (Siswanto et al., n.d.). Meskipun ada insentif kuat untuk mengadopsi teknologi, seperti pengurangan biaya dan peningkatan hubungan dengan pelanggan, digitalisasi tetap menjadi tantangan bagi UMKM yang sering kali memiliki keterbatasan sumber daya.

Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia sangat vital, terlihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang terus meningkat setiap tahun. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah kontribusi UMKM terhadap PDB mencapai 61,07% atau senilai

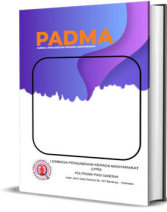


Rp8.573,89 triliun. Untuk mendukung potensi UMKM, diperlukan sinergi yang kuat dari berbagai sektor (M. Junaidi, 2023). Kolaborasi antar pemangku kepentingan menjadi faktor kritis dalam mengoptimalkan potensi UMKM. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa UMKM memiliki dampak besar terhadap aspek sosial dan ekonomi masyarakat, terutama di negara-negara berkembang (Tambunan, 2019).

Ketahanan UMKM dalam menghadapi krisis ekonomi membuktikan perannya sebagai backbone perekonomian nasional. Sejak lama, UMKM telah menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia dan mampu bertahan bahkan saat menghadapi krisis global seperti pada tahun 1997 (Iriyanti et al., 2016). Keberadaan UMKM berkontribusi signifikan dalam mendorong kewirausahaan di seluruh pelosok negeri. Dukungan pemerintah melalui berbagai program dan kebijakan menunjukkan komitmen dalam memberdayakan UMKM. Pemerintah pun memberikan perhatian serius dengan meluncurkan berbagai program dan kebijakan untuk memberdayakan usaha kecil agar dapat tumbuh sebagai pilar ketahanan nasional dalam sektor ekonomi (Puspita, V. A., Veranita, M., & Gunardi, G, 2020). Namun, meskipun memiliki peran krusial, UMKM di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai tantangan yang belum teratasi untuk bersaing dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif (Iriyanti et al., 2016).

Peningkatan kapasitas UMKM melalui edukasi dan pelatihan menjadi prioritas dalam menghadapi era digital. UMKM di Indonesia menghadapi tantangan signifikan dalam meningkatkan daya saing, terutama di era digital. Keterbatasan akses terhadap teknologi dan manajemen keuangan menjadi kendala utama yang menghambat perkembangan mereka. Program workshop terpadu dirancang untuk menjawab kebutuhan pengembangan kompetensi UMKM di wilayah target. Oleh karena itu, workshop yang berfokus pada digital marketing, manajemen keuangan, dan literasi pajak sangat penting untuk memberikan edukasi kepada pelaku UMKM di desa Cikadut, Cimenyan, dan Madalamekar. Melalui pelatihan ini, diharapkan pemahaman yang ditingkatkan akan membantu mereka memanfaatkan platform online secara optimal, mengelola keuangan dengan lebih baik, dan memahami kewajiban perpajakan yang harus dipenuhi.

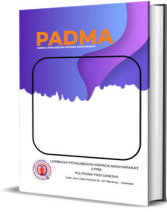
Digital marketing memainkan peran krusial dalam memanfaatkan teknologi untuk menjangkau konsumen secara lebih efisien dan efektif. Menurut Saputra et al. (2023), digital marketing telah menjadi salah satu alat utama dalam pemasaran produk



UMKM. Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia membuka peluang besar bagi ekspansi pasar UMKM. Dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia yang mencapai lebih dari 260 juta orang, pelaku UMKM memiliki peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Namun, tantangan tetap ada, terutama terkait keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan platform digital. Banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memahami cara memanfaatkan alat digital secara optimal, seperti media sosial, SEO (Search Engine Optimization), dan iklan berbayar. Keterbatasan ini dapat menghambat kemampuan mereka untuk bersaing dengan perusahaan yang lebih besar yang telah mengadopsi strategi digital secara efektif.

Pentingnya manajemen keuangan yang efektif menjadi kunci sustainabilitas UMKM. Manajemen keuangan yang baik sangat penting bagi keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut Rauf (2006), pengelolaan keuangan yang tepat dapat membantu UMKM merencanakan dan mengalokasikan sumber daya secara efisien. Peningkatan kapasitas dalam pengelolaan keuangan memberikan fondasi kuat bagi pertumbuhan UMKM. Dalam konteks workshop ini, peserta akan diajarkan tentang pentingnya pencatatan keuangan yang akurat dan perencanaan anggaran yang baik. Pencatatan yang tepat tidak hanya memungkinkan pelaku usaha untuk memantau arus kas, tetapi juga membantu mereka dalam mengidentifikasi potensi masalah keuangan sebelum menjadi lebih serius. Selain itu, perencanaan anggaran yang baik memberikan gambaran jelas mengenai pengeluaran dan pendapatan, sehingga pelaku UMKM dapat membuat keputusan bisnis yang lebih bijaksana. Dengan memahami aspek-aspek ini, peserta diharapkan dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola keuangan, menghindari utang yang tidak perlu, dan memaksimalkan keuntungan. Dengan demikian, workshop ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan peserta tentang manajemen keuangan tetapi juga untuk memastikan bahwa mereka memiliki keterampilan yang diperlukan untuk menghadapi tantangan di masa depan dan mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan.

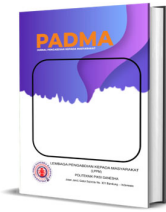
Sementara itu, literasi pajak merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM. Banyak pelaku usaha yang belum sepenuhnya memahami kewajiban perpajakan mereka, yang dapat mengakibatkan masalah serius di kemudian hari. Menurut Hertin dan Pitra (2024), pemahaman yang baik tentang pajak



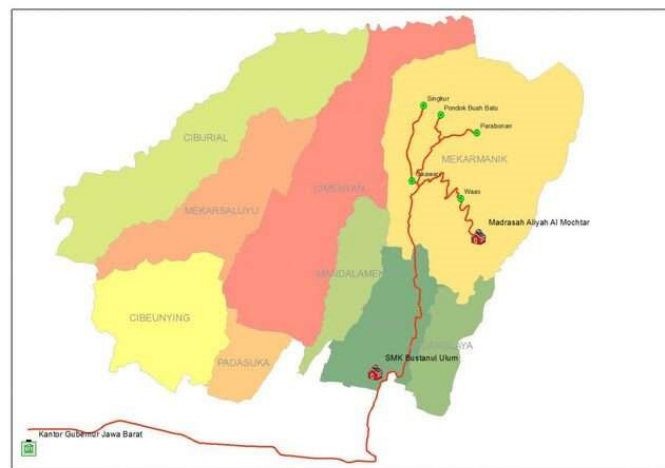
dapat membantu UMKM memenuhi kewajiban perpajakan secara tepat waktu dan menghindari sanksi akibat ketidakpatuhan. Dalam konteks ini, workshop yang dirancang untuk memberikan pengetahuan dasar mengenai literasi pajak di Desa Cimenyan, Cikadut, dan Mandalamekar menjadi sangat relevan. Peserta workshop akan mempelajari berbagai jenis pajak yang harus dibayar oleh UMKM serta cara melaporkannya dengan benar. Dengan pengetahuan ini, pelaku UMKM tidak hanya akan lebih siap dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka tetapi juga dapat merencanakan keuangan dengan lebih baik. Peningkatan literasi pajak di kalangan UMKM diharapkan dapat mendorong kepatuhan pajak, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional.

Integrasi digital marketing, manajemen keuangan, dan literasi pajak menciptakan sinergi yang mendorong pertumbuhan UMKM serta memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan bagi UMKM. Dengan memanfaatkan digital marketing secara efektif, pelaku usaha dapat menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, dan pada akhirnya mendorong peningkatan penjualan. Strategi pemasaran digital yang tepat memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, memahami preferensi mereka, dan menyesuaikan penawaran produk sesuai kebutuhan pasar. Dengan memiliki sistem manajemen keuangan yang terstruktur, pelaku UMKM dapat mengalokasikan sumber daya dengan bijak, menghindari pemborosan, dan meningkatkan profitabilitas usaha. Di sisi lain, pemahaman mendalam tentang kewajiban perpajakan akan membantu mereka merencanakan dan memenuhi kewajiban pajak dengan lebih baik. Hal ini tidak hanya mengurangi risiko sanksi akibat ketidakpatuhan tetapi juga memungkinkan UMKM untuk merencanakan investasi masa depan dengan lebih efektif. Dengan demikian, integrasi ketiga aspek ini tidak hanya meningkatkan daya saing UMKM tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Workshop terpadu menjadi solusi strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM di wilayah target. Workshop mengenai digital marketing, manajemen keuangan, dan literasi pajak menjadi sangat relevan sebagai upaya strategis untuk meningkatkan daya saing UMKM di Desa Cikadut, Cimenyan, dan Mandalamekar. Program ini dirancang dengan mempertimbangkan karakteristik dan kebutuhan spesifik UMKM di ketiga desa tersebut sehingga dapat memberikan dampak terukur



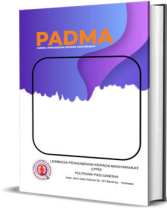
dan berkelanjutan bagi perkembangan ekonomi lokal. Dengan pelatihan komprehensif ini, peserta akan dibekali keterampilan dan pengetahuan untuk memanfaatkan platform digital secara maksimal dalam pemasaran produk mereka. Selain itu, pengelolaan keuangan yang baik akan membantu mereka merencanakan anggaran dan mengelola sumber daya dengan efisien. Literasi pajak juga akan memastikan bahwa pelaku UMKM memahami kewajiban perpajakan mereka sehingga dapat menghindari masalah hukum di masa depan. Dengan demikian, workshop ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kemampuan individu tetapi juga memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif.



Gambar 1. Peta Desa Cikadut, Cimenyan, dan Mandalamekar, Kabupaten Bandung Barat

Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif, yang bertujuan untuk Menguji hipotesis, Mengukur hubungan antar variabel, serta menganalisis kebutuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Cimenyan, Cikadut, dan Mandalamekar. Kegiatan ini dilaksanakan melalui workshop yang diadakan di Gor Pahlawan ICB pada tanggal 13 Juli 2024, diselenggarakan oleh Himpunan Mahasiswa Akuntansi Politeknik Pajajaran ICB Bandung bekerja sama dengan dosen. Pendekatan kuantitatif deskriptif ini relevan karena memungkinkan peneliti untuk menggali



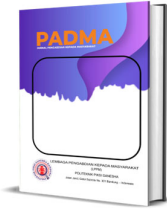
informasi mendalam mengenai kondisi dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam konteks pengembangan kapasitas bisnis. Tim PKM berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Dengan metode ini, data yang diperoleh akan memberikan gambaran yang jelas tentang kebutuhan pelaku UMKM dalam aspek digital marketing, manajemen keuangan, dan literasi pajak. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam merancang program workshop yang efektif dan berorientasi pada hasil untuk meningkatkan daya saing UMKM di daerah tersebut.

Pemanfaatan Teknologi Digital untuk pemasaran UMKM dalam era digital saat ini, kemampuan UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran menjadi kunci keberhasilan usaha. Upaya meningkatkan kompetensi digital meliputi penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan strategi pemasaran digital yang efektif. Hal ini memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan berkomunikasi langsung dengan konsumen potensial. Pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan alat-alat digital seperti Google My Business, Instagram Business, dan marketplace online dapat membantu pelaku UMKM mengoptimalkan potensi pemasaran digital mereka.

Penguatan Fundamental Manajemen Keuangan Sesuai SAK EMKM Pengembangan kemampuan manajemen keuangan yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) merupakan langkah strategis untuk meningkatkan profesionalitas UMKM. Hal ini mencakup praktik pembukuan yang terstruktur, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta pengelolaan kas yang transparan. Dengan menerapkan standar akuntansi yang tepat, UMKM dapat menghasilkan laporan keuangan yang andal, memudahkan akses pembiayaan, dan mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik.

Peningkatan Kepatuhan dan Pemahaman Perpajakan Edukasi perpajakan yang komprehensif sangat penting bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kepatuhan dan pemahaman mereka terhadap kewajiban perpajakan. Program ini bertujuan menjelaskan mekanisme perpajakan, manfaat pembayaran pajak, serta kemudahan administratif seperti pemberlakuan pajak final atau pengurangan tarif pajak bagi UMKM. Dengan pemahaman yang mendalam, diharapkan para pelaku

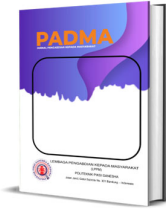


UMKM dapat mengoptimalkan potensi perpajakan mereka, menghindari risiko sanksi, dan berkontribusi positif dalam pembangunan ekonomi nasional.

Pengembangan Daya Saing UMKM Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, UMKM perlu secara berkelanjutan mengembangkan daya saingnya. Hal ini dapat dicapai melalui inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, pengembangan sumber daya manusia, dan adaptasi terhadap perubahan pasar. Strategi pemberdayaan meliputi pelatihan manajemen modern, pendampingan bisnis, akses modal, serta fasilitasi jejaring bisnis dan kesempatan untuk mengikuti pameran atau kompetisi. Tujuan akhirnya adalah menciptakan UMKM yang tangguh, adaptif, dan mampu bersaing baik di pasar lokal maupun nasional.

Dengan demikian, workshop ini tidak hanya berfokus pada pengumpulan data dan analisis, tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam upaya pengembangan kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui program yang terstruktur dan berorientasi pada hasil, peserta akan dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menghadapi tantangan di pasar. Dengan pendekatan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka dan berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Kegiatan dilaksanakan pada 13 Juli 2024. Di Gor Pahlawan ICB. *Workshop digital marketing, manajemen keuangan dan literasi pajak* dapat dilakukan dengan metode yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi para peserta. Kegiatan ini di ikuti oleh 30 peserta perwakilan dari berbagai UMKM yang berasal dari tiga desa yaitu desa Cimenyan, Cikadut, Mandalamekar dan di dukung oleh pimpinan dan staff kampus serta Himpunan Mahasiswa Akuntansi Politeknik Pajajaran ICB Bandung. Jenis bisnis yang paling banyak di geluti adalah bisnis kuliner sebanyak 50 % dari jumlah peserta, dengan menjual produk buatan sendiri (seperti kue, cathering, cemilan, manisan, dan makanan khas daerah) sebanyak 20% menjalankan bisnis di bidang fashion (menjual dan memproduksi pakaian, tas, sprei, topi, batik sibori) sebanyak 12% peserta sebagai pengrajin angklung, sebanyak 8%, membuka warung sembako, sebanyak 2% sebagai fotografer (membuka usaha studio foto), sebanyak 2% menjalankan bisnis di bidang mebel, dan sisanya bervariasi seperti usaha rumah makan, konter, warung bakso dan sebagainya.



Metode Pelaksanaan



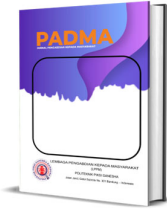
Gambar 1. Metode Pelaksanaan



Gambar 2. Pelaksanaan Workshop

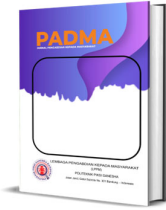
Pelaksanaan *workshop* diberikan dalam bentuk pelatihan yang mengkombinasikan empat metode pembelajaran yang saling melengkapi.

1. Metode pertama menggunakan pendekatan ceramah yang berfokus pada pemahaman konseptual tentang pentingnya peranan Digital marketing, Manajemen keuangan dan Literasi pajak dalam pengembangan bisnis UMKM. Metode ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha dengan membekali pelaku UMKM dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan dalam pengelolaan bisnis secara efektif dan efisien. Melalui pemahaman ini, diharapkan pelaku UMKM dapat beradaptasi dengan dinamika pasar yang terus berubah, sehingga mampu mempertahankan dan mengembangkan usahanya dalam ekosistem bisnis yang semakin kompetitif.



2. Kedua, metode praktikum yang memfasilitasi peserta untuk mengimplementasikan secara langsung materi yang telah diperoleh. Dalam sesi digital marketing, peserta melakukan praktik pembuatan akun bisnis di media sosial dan perancangan konten promosi. Pada sesi manajemen keuangan, peserta mempraktikkan pencatatan arus kas dan penyusunan laporan keuangan menggunakan template yang telah disediakan. Sementara dalam sesi literasi pajak, peserta melakukan simulasi pengisian Surat Pemberitahuan (SPT) dan penggunaan aplikasi perpajakan.
3. Ketiga *Pre-test* digunakan sebagai acuan oleh para partisipan untuk memahami tingkat kemampuan awal mereka dalam mengelola keuangan UMKM, memahami pentingnya Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), serta strategi bisnis yang efektif. Hasil pretest memberikan gambaran yang komprehensif tentang apa saja yang harus diprioritaskan dalam proses pendidikan dan pelatihan selanjutnya agar para pelaku UMKM bisa meningkatkan kapasitas manajemen keuangan dan strategi bisnis mereka.
4. Keempat *post-test* untuk mengukur pemahaman peserta, dimana praktek pemasaran digital, manajemen keuangan dan pelaporan pajak dengan skala kecil atau model dapat membantu peserta untuk lebih memahami dan menguasai teknik yang diajarkan, pembukuan keuangan dan pelaporan pajak dapat membantu untuk memperbaiki teknik secara langsung serta memberikan pertanyaan yang sama sebelum dan sesudah pelatihan agar pemahaman dapat diukur secara kuantitatif.

Dengan pendekatan ini, diharapkan peserta dapat mengimplementasikan pengetahuan yang di peroleh dalam usaha mereka untuk meningkatkan daya saing. Kegiatan *Workshop* ini dilaksanakan dengan menggunakan metode *Active learning*. Dalam metode ini peserta tidak hanya menerima informasi secara pasif tetapi dilibatkan aktif dalam proses pembelajaran sehingga mereka dapat berdiskusi, bertanya, serta mempraktikkan materi yang diajarkan. Dengan demikian, peserta tidak hanya menjadi penerima informasi tetapi juga aktif dalam membangun pemahaman dan keterampilan.



Adapun materi yang disampaikan meliputi :

1. Pembukaan oleh fasilitator atau penyelenggara yang menjelaskan tujuan *workshop* dan manfaat yang diharapkan.
2. Pelatihan diawali dengan pelaksanaan *Pre-test* dan diakhiri dengan *Post-test*, untuk mengukur perubahan pemahaman atau peningkatan keterampilan peserta sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan.
3. Sesi 1 : Digital Marketing untuk UMKM

Pemaparan Teoritis : Mengenalkan konsep dasar digital marketing, termasuk platform yang efektif (seperti marketplace, media sosial marketing, email marketing, konten marketing, iklan *online google Ads* dan *facebook Ads*, *SEO* dll)

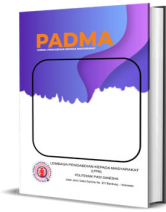
Praktik Langsung : Peserta di ajak langsung untuk membuat akun media sosial bisnis, merancang konten sederhana, serta diskusi dan studi kasus mengenai contoh sukses UMKM yang telah berhasil meningkatkan penjualan melalui digital marketing.



Gambar 3. Praktik membuat akun media sosial.

4. Sesi 2 : Manajemen Keuangan

Pemaparan Teoritis : Menyampaikan pentingnya pengelolaan keuangan dengan baik, seperti pencatatan arus kas, penyusunan anggaran, dan pengelolaan biaya operasional.



Praktik Langsung : Peserta diberi template sederhana untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran, serta menyusun laporan keuangan dasar bagi UMKM dengan menggunakan contoh nyata untuk membahar cara pengelolaan keuangan yang efektif dalam mengatasi masalah cash flow dan pembiayaan.



Gambar 4. Praktik mengisi laporan keuangan sederhana.

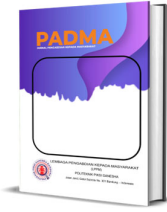
5. Sesi 3 : Literasi Pajak

Pemaparan Teoritis : Mengenalkan kewajiban perpajakan UMKM, jenis pajak yang relevan, dan cara melaporkan pajak secara benar.

Praktik Langsung : Simulasi cara pengisian SPT (Surat Pemberitahuan) atau cara menggunakan aplikasi perpajakan yang disediakan oleh pemerintah.



Gambar 5. Simulasi pengisian SPT (surat pemberitahuan tahunan).



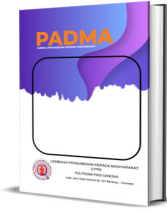
Berisi deskripsi tentang proses perencanaan aksi bersama komunitas (pengorganisasian komunitas). Dalam hal ini dijelaskan siapa subyek pengabdian, tempat dan lokasi pengabdian, keterlibatan subyek dampingan dalam proses perencanaan dan pengorganisasian komunitas, metode atau strategi riset yang digunakan dalam mencapai tujuan yang diharapkan dan tahapan-tahapan kegiatan pengabdian masyarakat.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan *workshop* digital marketing, manajemen keuangan, dan literasi pajak yang dilaksanakan di tiga desa yaitu Desa Cikadut, Cimenyan, dan Madalamekar telah berhasil meningkatkan pemahaman dan kemampuan para pelaku UMKM. Berdasarkan hasil pre-test yang dilakukan sebelum *workshop*, rata-rata peserta hanya memiliki pemahaman dasar sebesar 45% mengenai digital marketing, 40% tentang manajemen keuangan, dan 35% terkait literasi pajak. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih memiliki pengetahuan yang terbatas dalam ketiga aspek tersebut.

Tabel 1. Hasil Pre-test dan Post-test

No	Pertanyaan	Pre-Test		Post-Test		Peningkatan Pengetahuan	
		tidak	ya	tidak	ya	sebelum	sesudah
1	Apa perbedaan antara usaha mikro dan kecil ?	14	16	7	23	53,3%	76,7%
2	Salah satu cara untuk mengelola keuangan UMKM dengan baik adalah dengan ?	14	16	12	18	53,3%	60%
3	Mengapa penting bagi UMKM untuk memiliki NPWP ?	18	13	2	28	60%	93,3%
4	Mengapa pembukuan dan pencatatan sangat penting bagi UMKM ?	10	21	4	26	70%	86.7%



5	Arus kas yang sehat bagi UMKM sangat penting, karena ?	17	13	10	20	43,4%	66,7%
6	Apa itu DJP online ?	14	16	5	25	53,5%	80%
7	Apa fungsi dari DJP online ?	13	17	6	24	53,3%	83.3%
8	Apa yang dimaksud dengan bisnis digital ?	14	16	2	28	56,7%	93.3%
9	Manakah dari berikut ini yang merupakan strategi yang tepat untuk meningkatkan laba UMKM ?	14	17	6	24	23,3%	36,7%
10	Apa manfaat digital marketing bagi UMKM ?	14	17	5	15	56,7%	83,3%
Rata-Rata peningkatan						52,35%	

Hasil analisis menunjukkan peningkatan yang paling signifikan terjadi pada pemahaman tentang pentingnya pembukuan dan pencatatan bagi UMKM, dengan peningkatan sebesar 70%. Ini mengindikasikan bahwa metode pembelajaran yang diterapkan sangat efektif dalam menyampaikan pentingnya aspek pembukuan dalam pengelolaan UMKM. Sebelum pelatihan, hanya 21 peserta yang memahami konsep ini, namun setelah pelatihan meningkat menjadi 26 peserta.

Peningkatan kedua tertinggi terlihat pada pemahaman tentang pentingnya NPWP bagi UMKM dengan kenaikan 60%. Hal ini menunjukkan keberhasilan workshop dalam meningkatkan kesadaran peserta akan pentingnya aspek legal dan perpajakan dalam menjalankan usaha. Sementara itu, pemahaman tentang digital marketing dan manfaatnya bagi UMKM menunjukkan peningkatan yang cukup baik sebesar 56,7%, menandakan bahwa peserta mulai memahami pentingnya transformasi digital dalam pengembangan usaha mereka.

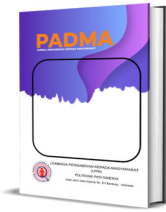
Yang menarik untuk dicermati adalah relatif rendahnya peningkatan pemahaman tentang strategi peningkatan laba UMKM, yang hanya mencapai 23,3%. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek strategi peningkatan laba perlu mendapat perhatian lebih dalam workshop-workshop selanjutnya, mungkin dengan menambahkan lebih banyak studi kasus dan praktik langsung. Sementara itu, pemahaman tentang arus kas yang sehat menunjukkan peningkatan moderat sebesar 43,4%, menunjukkan perlunya penekanan lebih lanjut pada aspek ini.

Secara keseluruhan, rata-rata peningkatan pengetahuan sebesar 52,35% menunjukkan bahwa workshop ini cukup efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta tentang berbagai aspek pengelolaan UMKM. Namun, variasi dalam tingkat peningkatan antar topik (dari 23,3% hingga 70%) menunjukkan perlunya penyesuaian metode pembelajaran untuk beberapa topik tertentu (Gunardi et.al, 2024). Hal ini bisa menjadi masukan berharga untuk penyempurnaan program serupa di masa mendatang, terutama dalam hal strategi peningkatan laba dan pengelolaan arus kas yang masih menunjukkan peningkatan di bawah rata-rata.

Berikut adalah foto-foto kegiatan *Workshop*



Gambar 6. Foto peserta kegiatan workshop.



JURNAL PADMA
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Politeknik Piksi Ganesha
Vol. 04 No. 02 (2024)

<https://journal.piksi.ac.id/index.php/Padma>
p-ISSN : 2797-6394 e-ISSN : 2797-3905



Himpunan Mahasiswa Akuntansi Politeknik Pajajaran ICB
• Pengabdian Kepada Masyarakat

WORKSHOP DIGITAL MARKETING, MANAJEMEN KEUANGAN DAN LITERASI PAJAK DALAM UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING UMKM

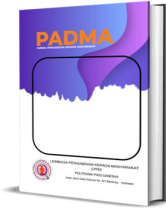
PEMATERI

 Prof. Dr. Dra. Yani Ramdani, M. Pd. DOSEN DAN GURU BESAR UMIRBA KETUA BIDANG SAINS DAN TEKNOLOGI KOMITE ETIK PENELITIAN	 Dr. Gunardi, S.E., M.M., C.FTax DOSEN MANAJEMEN, AKUNTANSI DAN PERPAJARAN POLITEKNIK PAJAJARAN KONSULTAN PAJAK PERUSAHAAN DAN ORANG PRIBADI TERGABUNG DI BISNIS HARMONI DINAMIK INDONESIA (HDI)	 S. Mia Lasmaya, S.E., Ak., M.M., CA, CIAP. DOSEN PROFESIONAL MENDAMPU MATA KULIAH PAJAK, AUDIT, AKUNTANSI KEUANGAN SENIOR AUDITOR TRAINER DAN KONSULTAN PAJAK
--	--	--

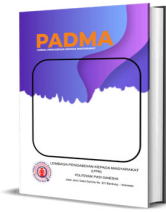
13 Juli 2024
GOR Pahlawan
09.00 - selesai

@poljanbdg
@himaku_poljanicb

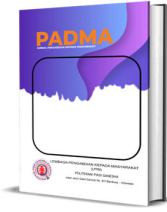
Gambar 7. Foto pemberian penghargaan kepada narasumber & Kepala desa.



Gambar 8. Foto kegiatan workshop.



Gambar 9. Foto panitia & civitas akademika.



Kesimpulan

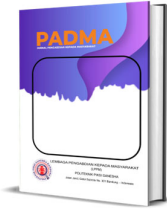
Kegiatan ini telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan daya saing UMKM, khususnya dalam menghadapi era digital dan pengelolaan usaha yang berkelanjutan, meskipun masih diperlukan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan implementasi pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh dapat berjalan efektif dalam jangka panjang. Melalui pendekatan komprehensif ini, para pelaku UMKM tidak hanya mendapatkan wawasan baru tentang pengelolaan usaha modern, tetapi juga memperoleh tools praktis yang dapat langsung diimplementasikan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha mereka di era digital.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Ucapan terimakasih secara khusus kami sampaikan kepada:

- 1) Bapak ibu dosen yang telah berkenan menjadi narasumber dan membagikan ilmu serta pengalamannya kepada para peserta kegiatan.
- 2) Himpunan Mahasiswa Akuntansi Politeknik Pajajaran ICB Bandung yang telah bekerja keras dalam mengorganisir dan menyelenggarakan kegiatan ini dengan penuh dedikasi dan profesionalisme.
- 3) Seluruh civitas akademika yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam berbagai bentuk demi kelancaran kegiatan ini.
- 4) Kepala kelurahan Desa Cimenyan, Cikadut, dan Mandalamekar yang telah memberikan izin, dukungan, dan kerjasama yang baik selama pelaksanaan kegiatan.
- 5) Para pelaku UMKM yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan kepercayaan kepada kami untuk melaksanakan program pengabdian Masyarakat ini.

Keberhasilan kegiatan pengabdian Masyarakat ini merupakan hasil dari kolaborasi dan dukungan dari semua pihak yang terlibat. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan UMKM di ketiga desa tersebut.



Referensi

- M. Junaidi. (2023, July 15). UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkatkan. Kementerian Keuangan RI Direktorat Jendral Pembendaharaan. <https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat-perekonomian-nasional-meningkat.html>
- Gunardi, G., De Keizer, H., Ramadani, S. N. K., Khaerunnisa, D. M., & Permana, T. E. (2024). Pelatihan Manajemen Organisasi Untuk Meningkatkan Pengetahuan Founder Dan Pengurus Dalam Fungsi Organisasi Ikatan Motor Honda Di Jawa Barat. JAMARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandiri, 1(01), 10-21. <https://doi.org/10.37577/jamari.v1i01.690>
- Puspitarini Siswanto, A., Putri Ardana Reswari, G., Setiyono, B., Baru, E., Covid-, P., Studi Teknologi Rekayasa, P., Studi Bahasa Asing Terapan, P., & Studi Ilmu Pemerintahan, P. (n.d.). CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pendampingan Digitalisasi Produk Komoditi Desa Ponggok Kabupaten Klaten History Article. <https://doi.org/10.31960/caradde.v5i3.1806>
- Puspita, V. A., Veranita, M., & Gunardi, G. (2020). Perbaikan tata kelola bisnis UMKM kerupuk kulit singkong menuju ketahanan BUMDes Jagabaya. Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(1), 29-37. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v4i1.2137>
- Tambunan, T. T. H. (2019). The impact of the economic crisis on micro, small, and medium enterprises and their crisis mitigation measures in Southeast Asia with reference to Indonesia. Asia and the Pacific Policy Studies, 6(1), 19–39. <https://doi.org/10.1002/app5.264>