



DARMABAKTI CENDEKIA: Journal of Community Service and Engagements

www.e-journal.unair.ac.id/index.php/DC

COMPETITIVE STRENGTHENING THROUGH TRAINING IN DEVELOPMENT OF FINANCIAL ADMINISTRATION AND MARKETING FOR MICRO ENTREPRENEURS IN SIDOARJO REGENCY

*PENGUATAN DAYA SAING MELALUI PELATIHAN
PENGEMBANGAN ADMINISTRASI KEUANGAN DAN PEMASARAN
BAGI PENGUSAHA MIKRO DI KABUPATEN SIDOARJO*

Novyandri Taufik Bahtera^{1*}, Hanifiyah Yuliatul Hijriah¹, Himmatul Kholidah¹

¹Department of Business, Faculty of Vocational Studies, Universitas Airlangga, Surabaya-Indonesia

Scope:
Social economy

ABSTRACT

Background: Strengthening of economic added value in overcoming the problem of poverty in Sidoarjo Regency through the participation of community organizations, one of which is the Muhammadiyah organization through fostering micro-businesses. But apparently there are still problems faced by most members of micro entrepreneurs who are incorporated in the form of inadequate abilities from the aspect of insight and skills. **Purpose:** This activity aims to increase the capacity of these micro entrepreneurs through a training in the field of financial administration records and product marketing. **Method:** The method used contains active training, discussion, and practice by organizing workshops and training in financial administration and tax development, and also implementation of practicing online marketing development training with the latest technology such as the use of e-commerce. **Results:** Micro entrepreneurs have gained insights and abilities in managing business financial administration, taxation for micro entrepreneurs and digital marketing. **Conclusion:** Partners can improve business competitiveness through increased skills related to the preparation of financial administration, micro business tax literacy and increased marketing through digital marketing.

ARTICLE INFO

Received 6 Desember 2019
Accepted 20 Juli 2020
Online 6 Desember 2020

*Correspondence (Korespondensi):
Novyandri Taufik Bahtera

E-mail:
nt.bahtera@vokasi.unair.ac.id

Keywords:
Financial administration;
Marketing; Tax literacy; Micro
entrepreneurs

ABSTRAK

Latar belakang: Penguatan nilai tambah perekonomian dalam mengatasi masalah kemiskinan yang ada di Kabupaten Sidoarjo melalui partisipasi organisasi masyarakat, salah satunya adalah organisasi Muhammadiyah melalui pembinaan usaha mikro. Namun ternyata masih terdapat masalah yang dihadapi sebagian besar anggota pengusaha mikro yang tergabung berupa kemampuan yang belum memadai dari aspek wawasan dan keterampilan. **Tujuan:** Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengusaha mikro ini melalui suatu pelatihan di bidang catatan administrasi keuangan dan pemasaran produk. **Metode:** Metode yang digunakan berisi pelatihan aktif, berdiskusi, serta praktik, dengan cara penyelenggaraan workshop dan pelatihan pengembangan administrasi keuangan dan perpajakan serta pelaksanaan praktek pelatihan pengembangan pemasaran online dengan teknologi terkini seperti penggunaan e-commerce. **Hasil:** Pengusaha mikro bertambah wawasannya dan kemampuannya dalam mengatur administrasi keuangan usaha, perpajakan untuk pengusaha mikro dan pemasaran digital. **Kesimpulan:** Mitra dapat meningkatkan daya saing usaha melalui keterampilan yang bertambah terkait penyusunan administrasi keuangan, literasi pajak usaha mikro dan peningkatan pemasaran melalui pemasaran digital.

Kata kunci:
Administrasi keuangan;
Pemasaran digital; UKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan perekonomian nasional. UMKM juga memiliki peran penting di dalam ekonomi modern (Mansour et al., 2018). Usaha mikro juga tidak lepas serta berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Hal ini dapat dilihat dari kontribusi UMKM dari sumbangannya terhadap PDB, sepanjang periode 2014-2016 yang mengalami peningkatan 5.40% di tahun 2014, peningkatan pada tahun 2015 mencapai 6.46% dan di tahun 2016 mengalami peningkatan menjadi 6,86%. (Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo, 2017). Perkembangan UMKM di Kabupaten Sidoarjo mengalami peningkatan dari segi jumlah usaha yang di tahun 2011 mencapai 4319. Pada tahun 2012 jumlah UMKM meningkat menjadi 5015 dan di tahun 2013-2014 meningkat drastis menjadi 14863 (Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo, 2017).

Gambaran Kabupaten Sidoarjo dari segi geografis, menunjukkan posisinya yang sangat strategis. Kabupaten Sidoarjo berbatasan dengan kota Surabaya dan dilintasi arus transportasi dari kota Surabaya menuju berbagai kota lainnya seperti Mojokerto, Malang, Pasuruan dan Gresik. Luas wilayah Kabupaten Sidoarjo secara keseluruhan 71424,25 Ha. Berdasarkan Data Dalam Angka (DDA) (2017) yang dikutip dari situs resmi Pemerintah Kabupaten Sidoarjo yang meninjau aspek ekonomi di Kabupaten Sidoarjo, sisi penduduk Kabupaten Sidoarjo banyak yang menggantungkan kehidupannya pada sektor Swasta. Penduduk kabupaten Sidoarjo yang bergerak pada sektor swasta dimiliki oleh 310338 jiwa. Sedangkan untuk peringkat kedua dimiliki oleh kelompok pedagang. Artinya bahwa masyarakat di Kabupaten Sidoarjo banyak yang bergerak dalam dunia perdagangan. Angka yang menunjukkan bahwa masyarakat Sidoarjo bekerja dalam sektor perdagangan sampai 45888. Sektor perdagangan yang berada peringkat kedua menggambarkan ketertarikan yang cukup tinggi penduduk Kabupaten Sidoarjo yang menekuni perdagangan.

Agama (Islam) yang menjadi mayoritas masyarakat di Kabupaten Sidoarjo, mendorong tersedianya beberapa organisasi keagamaan. Organisasi keagamaan tersebut dimungkinkan sebagai sarana dalam mengaplikasikan agama di tengah masyarakat. Organisasi-organisasi keagamaan yang ada di Sidoarjo salah satunya yang berada di posisi tiga teratas adalah organisasi Muhammadiyah. Hal ini didasarkan pada data DDA (2017) yang mencatat organisasi Muhammadiyah menempati posisi teratas dengan jumlah 18

lembaga dakwah.

Salah satu usaha mikro yang menjadi bagian dari binaan organisasi masyarakat seperti Muhammadiyah juga memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Seperti industri yang bergerak di bidang manufaktur tas, telur asin dan lain-lain, dimana secara keseluruhan memiliki potensinya masing-masing atas produk potensial yang memiliki nilai tambah ekonomi. Namun, di tengah potensi yang dimiliki oleh usaha mikro tersebut juga terdapat beberapa kendala yang sering dihadapi oleh pengusaha sektor kecil pada umumnya seperti aspek pemasaran, permodalan, sumber daya manusia, dan teknologi serta rendahnya penguasaan atas aset produksi. Salah satu hal yang berpotensi dan diperlukan guna pengembangan daya saing ekonomi usaha skala mikro adalah berupa pendampingan oleh lembaga terkait pengembangan usaha secara optimal dan mudah dijangkau. Untuk mendukung kesiapan daya saing dan tumbuh bersama dalam akselerasi ekonomi bagi para pengusaha mikro, maka pengembangan usaha yang dimulai dari pengembangan administrasi keuangan dan pemasaran perlu dilaksanakan. Usaha sektor mikro yang potensial dalam mendukung pertumbuhan nilai ekonomi, ternyata masih memiliki permasalahan. Pertama, pengusaha mikro pada umumnya masih belum melakukan pencatatan administrasi keuangan yang baik dalam menjalankan usahanya. Kedua, pengusaha mikro terkendala dalam pengembangan pemasaran produk khususnya pemasaran digital menggunakan media sosial, e-commerce, serta jejaring yang kurang luas.

Keberlanjutan kegiatan ini menjadi satu hal yang mendapat perhatian sebagai luaran atas kegiatan pengabdian masyarakat, maka rencana yang akan dilakukan sebagai usaha untuk memelihara keberlanjutan kegiatan ini adalah dengan membentuk kelompok komunitas pengusaha (melalui pembuatan "grup WA") dan pengembangan jejaring penyediaan input dan pemasaran.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang ditawarkan guna mengatasi permasalahan pengusaha mikro di Kabupaten Sidoarjo yang tergabung di bawah naungan binaan organisasi masyarakat keagamaan Muhammadiyah. Selaras dengan tahapan-tahapan penyelesaian permasalahan di beberapa bidang berikut:

Bidang Manajemen Keuangan

Penguatan daya saing usaha mikro di

Kabupaten Sidoarjo dari segi manajemen keuangan dilihat perlu mendapat perhatian untuk dapat ditingkatkan wawasan dan keterampilan dalam pengelolaan manajemen keuangan. Pelaksanaan pelatihan keterampilan administrasi keuangan mengambil pengusaha yang tergolong skala mikro yang ada di Kabupaten Sidoarjo berdasarkan daftar pengusaha binaan organisasi masyarakat Muhammadiyah yang tersebar di beberapa kecamatan dan mereka merupakan pengusaha yang masih belum mandiri sehingga masih membutuhkan perhatian. *Workshop* dan pelatihan administrasi keuangan diharapkan dapat memberikan dampak yang berkelanjutan dan mengawali pelatihan administrasi keuangan peserta dengan pemberian kuisisioner kepada peserta pelatihan untuk melihat sejauh mana kemampuan peserta terkait administrasi keuangan.

Bidang Pemasaran

Aspek lain yang juga berperan penting guna meningkatkan daya saing usaha mikro di Kabupaten Sidoarjo maka bidang pemasaran juga dilihat menjadi aspek yang penting. Pemasaran secara khusus melalui sistem *online* memiliki nilai tambah yang berpotensi menambah jangkauan pasar dan tingkat penjualan. Pelatihan penggunaan media sosial baik teknik penggunaan *e-mail* serta pengelolaan situs belanja *online/e-commerce*. Hal tersebut sebagai usaha untuk pengembangan pemasaran secara berkelanjutan sehingga pengusaha mikro diharapkan dapat tumbuh berkembang secara mandiri.

Tahapan pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini terdiri atas tiga tahap yaitu tahap perencanaan dan persiapan; tahap pelaksanaan; dan tahap evaluasi.

Tahap Perencanaan dan Persiapan

Perencanaan dan persiapan administrasi yang disyaratkan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang didukung dengan materi sosialisasi dan konsultasi dengan pengusaha mikro. Dukungan kuisisioner di awal pelatihan juga membantu mendeteksi dini kemampuan pengusaha mikro terkait materi pelatihan.

Tahap Pelaksanaan

Adapun partisipasi pengusaha mikro di Kabupaten Sidoarjo dalam program pelatihan administrasi keuangan dan pemasaran yang akan dilaksanakan adalah sebagai peserta pelatihan secara penuh untuk mengikuti tahapan *workshop* dalam pengelolaan administrasi keuangan dan

pelaksanaan pemasaran yang mampu menjangkau jaringan *online*. Secara langsung pengusaha mikro sebagai peserta tersebut terlibat secara mandiri dengan dipandu secara penuh dalam menjalankan pemasaran *online* dan kedepannya dapat menjalankan usaha secara mandiri.

Tahap Evaluasi

Menilai wawasan dan pemahaman melalui kuisisioner yang diberikan setelah pelatihan dilaksanakan serta menganalisis kemampuan keterampilan administrasi keuangan dan pemasaran. Untuk aspek pemasaran dapat dilihat dari keterampilan memasarkan dan mengelola alat pemasar *online* melalui media sosial dan penggunaan *e-commerce*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta Pengabdian kepada Masyarakat ini diikuti oleh 33 orang terdiri dari 29 orang dari UMKM binaan Muhammadiyah Sidoarjo dan 4 orang dari Pemuda Muhammadiyah. Usaha yang dijalankan oleh peserta didominasi produk makanan dan minuman. Produk lainnya di antaranya adalah pakaian, alat bangunan dan obat-obatan herbal.

Kegiatan pengmas ini dilaksanakan di Aula Pimpinan Daerah Muhammadiyah Sidoarjo pada Jum'at tanggal 11 Oktober 2019. Kegiatan dimulai pukul 8.00-14.30 WIB. Kegiatan ini dihadiri oleh 33 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang menjadi binaan Muhammadiyah Sidoarjo. Pelaku UMKM didominasi pada bidang kuliner. Para peserta mengikuti acara dengan penuh konsentrasi dan menanyakan banyak hal mengenai problematika usahanya kepada pemateri.

Instruktur 1 memberikan pemaparan singkat mengenai materi pengmas terkait administrasi keuangan dan pemasaran. Instruktur menuturkan bahwa UMKM Sidoarjo memiliki peluang besar untuk berhasil dalam menjalankan usahanya. Akan tetapi peluang tersebut bisa terkendala jika administrasi keuangan dan strategi pemasaran yang dijalankan tidak tepat. Instruktur juga menyampaikan bahwa tujuan pengmas ini untuk menguatkan daya saing UMKM dalam menata administrasi keuangan dan pemasaran sehingga uang pribadi dan uang UMKM tidak bercampur. Selain itu, UMKM bisa memperluas cakupan pelanggannya.

Instruktur 2 memberikan pemaparan mengenai strategi pemasaran yang efektif disertai dengan contoh nyata dari pelaku. Instruktur juga memandu secara ringkas tata cara melakukan penjualan *online* melalui *platform* Bukalapak. Instruktur menyampaikan misi Bukalapak adalah memajukan UMKM atau lebih dikenal dengan

#UMKMNaikKelas serta menyampaikan potensi pemasaran di Indonesia pada e-commerce sangat besar.



Gambar 1. Paparan mengenai prospek UMKM Sidoarjo oleh Novyandri (instruktur 1)

Dengan populasi rakyat Indonesia sekitar 264 juta jiwa, pengguna internet 171 juta jiwa, pengguna sosial media 130 juta jiwa, dan pertumbuhan e-commerce 9 kali lipat (2017-2018). Dengan e-commerce, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan penjualannya. Instruktur 2 menampilkan infografis dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kemkominfo RI) bahwa Kemkominfo memiliki target 6 juta UMKM *go digital*. Ini menunjukkan bahwa keberadaan UMKM menjadi perhatian dari pemerintah.

Instruktur 2 menanyakan ke peserta mengenai pengalaman berjualan di e-commerce. Sebagian besar peserta masih belum memasarkan produknya melalui e-commerce. Hanya sedikit pelaku UMKM binaan Muhammadiyah Sidoarjo yang menjual produknya secara daring. Pelapak tersebut memberikan pengalamannya yang sukses berjualan secara daring. Selanjutnya instruktur 2 memaparkan mengenai pemasaran yang efektif. Produk yang baik adalah produk yang dibutuhkan masyarakat, berkualitas, dan dikemas dengan bagus. Jika dilihat dari penetapan harga, harga disesuaikan dengan harga pasar dan kualitas produk.

Instruktur 3 mengajak pelaku untuk menata keuangannya, salah satunya melalui pembayaran pajak bruto UMKM dengan memberikan contoh formulir terkait. Pelaku UMKM mensimulasikan pengisian formulir dengan dipandu oleh instruktur.

Secara spesifik, instruktur menyampaikan mengenai pelaporan Surat Pemberitahuan Tahunan Orang Pribadi (SPT OP) dengan tarif khusus pajak penghasilan bagi UMKM omset kurang dari 4,8 M. Tarif pajak sebelumnya senilai 1% dari bruto kemudian diubah menjadi 0,5% dari penghasilan bruto usaha. Nilai pajak 0,5% ini adalah kebijakan pemerintah untuk jangka waktu 7 tahun dimulai dari awal berlaku dan dikenakan bagi UMKM orang pribadi.



Gambar 2. Penyampaian strategi pemasaran yang efektif oleh Rizza (Instruktur 2)

Pada sesi kedua ini banyak didominasi pertanyaan mengenai permasalahan peserta terkait pembayaran pajak. Salah satunya terdapat peserta yang mengeluhkan pembayaran pajak yang tidak merata kepada seluruh UMKM yang ada. Penanya mengeluhkan mengenai UMKM yang memiliki penghasilan yang berbeda satu dengan yang lain, tetapi dikenakan pajak yang sama yaitu 0,5% dari omset per bulan.

Instruktur menjelaskan bahwa pemberlakuan tarif pajak 0,5% itu untuk mempermudah pelaku usaha dalam menghitung pajak terutang. Pelaku UMKM dibebaskan untuk memilih menyelenggarakan pembukuan maupun pencatatan, sehingga mempermudah pelaku UMKM dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakan.

Selanjutnya instruktur 3 memandu simulasi pengisian pelaporan pajak pelaku usaha di lembaran SPT OP 1770. Instruktur 2 menghimbau agar para pelaku usaha dapat taat dan patuh dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakan. Diakhir kegiatan, grup Whatsapp dibuat untuk memastikan komunikasi antara instruktur dan peserta dapat tetap berjalan.



Gambar 3. Simulasi pengisian SPT oleh pak Bani (Instruktur 3)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah menghasilkan pencapaian peningkatan dan penguatan administrasi keuangan dan pemasaran.

Peserta mampu mengisi formulir pembayaran pajak penghasilan bruto dalam kegiatan pengmas. Pelaku UMK juga mendapatkan panduan menerapkan strategi pemasaran yang efektif melalui platform media *online*. Para instruktur dan peserta tetap menjalin komunikasi yang intens melalui media WA grup, sehingga memastikan bahwa permasalahan yang ada dapat diberikan solusinya walaupun pengmas telah berakhir.

Saran yang dapat diberikan adalah kegiatan pengmas ke depan dapat memberikan penguatan administrasi keuangan dan pemasaran dengan tingkat yang lebih tinggi lagi, sehingga penataan keuangan dapat lebih tepat dan jangkauan dan strategi pemasaran dapat lebih efektif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang tulus disampaikan kepada Fakultas Vokasi Universitas Airlangga, sebagai pihak pemberi dana kegiatan pengmas. Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan dengan pihak-pihak yang terkait dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo. 2017. Kabupaten Sidoarjo dalam Angka. Sidoarjo: Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo.
- Data Dalam Angka (DDA). 2017. Available from: <http://www.sidoarjokab.go.id>. Diakses pada tanggal 2 Oktober 2019 Pukul 13.25.
- Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo. 2017. Available from: <http://www.sidoarjokab.go.id>. Diakses pada tanggal 2 Oktober 2019 Pukul 13.50.

Mansour, T. G. I., Eleshmawiy, K. H., Abdelazez, M. A., Abd El-Ghani, S. S. 2018. The Role of Small and Medium Enterprises in Economic Development, Case of Egypt. *The International Journal of Business Management and Technology* Vol. 2 (5). Pp. 165-173.