

EDUKASI MANAJEMEN DAN PERPAJAKAN KEPADA PELAKU UMKM DI TAMAN SATWA KEBUN BINATANG SURABAYA

Rina Dewi¹, Sutini², Sugiarto³, Tjandra Wasesa⁴, Diana Zuhroh⁵, Wiratna⁶, I Gede Wiyasa⁷,
Heri Tony⁸, Bambang Karnain⁹, Achmad Daengs¹⁰, Harsono Teguh¹¹, Fairuz Fanisa¹²,
Tarisa Dana¹³

^{1,3,7,9,10,11,12}) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas 45 Surabaya

^{2,4,5,6,8,13}) Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas 45 Surabaya

email: rinadewisoesyra@gmail.com

Abstrak

Fakultas Ekonomi Universitas 45 Surabaya telah mengadakan pengabdian Masyarakat kepada pelaku UMKM khususnya tenant di bidang minum dan makanan di lingkungan Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya di bidang pemasaran, pengelolaan keuangan, dan perpajakan. Hal ini penting mengingat UMKM merupakan kekuatan ekonomi yang harus dibekali dengan pemahaman yang berkaitan erat dengan masalah pemasaran, keuangan dan perpajakan. Kegiatan ini bertujuan memberikan edukasi kepada pelaku UMKM agar memiliki pengetahuan yang baik dalam melakukan bisnis usaha. Topik yang diangkat adalah topik yang sedang trending yaitu penggunaan digital teknologi yang dikaitkan dengan manajemen pemasaran, manajemen keuangan dan perpajakan. Digital teknologi hadir untuk membantu manusia dengan menghasilkan output secara ringkas, singkat serta cepat. Penggunaan digital teknologi harus disikapi secara bijaksana dalam penggunaannya, karena dibalik sisi positifnya terdapat sisi negatifnya pula. Salah satu sisi gelap penggunaan teknologi adalah pinjaman online ilegal yang bertebaran di jagat maya yang membawa kerugian bagi peminjam. Kontribusi penelitian ini pelaku UMKM diharapkan mendapatkan dukungan dari pemerintah dan pengelola setempat melalui pelatihan untuk mengoptimalkan penggunaan digital teknologi, memperoleh pengetahuan literasi keuangan serta pemahaman terhadap perpajakan.

Kata kunci: Digital Teknologi, Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan, Pajak

Abstract

The Faculty of Economics, University 45 Surabaya has provided community service to MSMEs, especially tenants in the beverage and food sector in the Surabaya Zoo Animal Park environment in the fields of marketing, financial management and taxation. This is important considering that MSMEs are an economic force that must be equipped with an understanding that is closely related to marketing, finance and taxation issues. This activity aims to provide education to MSME players so that they have good knowledge in conducting business. The topic raised is a trending topic, namely the use of digital technology which is associated with marketing management, financial management and taxation. Digital technology is here to help humans by producing output concisely, concisely and quickly. The use of digital technology must be approached wisely in its use, because behind the positive side there is also a negative side. One of the dark sides of using technology is illegal online loans that are scattered in cyberspace which bring losses to borrowers. The contribution of this research is that MSME actors are expected to receive support from the government and local managers through training to optimize the use of digital technology, gain knowledge of financial literacy and understanding of taxation.

Keywords: Digital Technology, Marketing Management, Financial Management, Tax

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran utama dengan porsi besar perekonomian, utamanya di negara-negara berkembang (Wardani & Rachmawati, 2022). UMKM adalah bisnis mayoritas di dunia yang berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi global dan penciptaan lapangan kerja. UMKM mewakili sekitar 90% dunia usaha dan lebih dari 50% lapangan kerja di seluruh dunia. UMKM formal berkontribusi hampir 40% pendapatan nasional (PDB) di negara-negara berkembang. Hal ini belum termasuk UMKM informal yang jika diikut sertakan angkanya jauh lebih tinggi. Menurut estimasi, diperlukan 600 juta lapangan kerja pada tahun 2030 untuk menyerap angkatan kerja global yang kian bertambah, sehingga pengembangan UMKM menjadi mendesak bagi banyak pemerintah dunia (Ananda & Susilowati, 2019). Pada negara

berkembang, mayoritas lapangan kerja formal dihasilkan oleh UMKM, yang menciptakan 7 dari 10 lapangan kerja (Rinaldi et al., 2022).

Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya memiliki tenant – tenant yang disewakan kepada para pelaku UMKM di bidang makanan dan minuman penyewa tenant memiliki kewajiban yang harus dipatuhi terkait dengan pelaksanaan operasional kegiatan sehari-hari, diantaranya adalah membayar uang sewa yang telah disepakati, membuka tenant secara aktif, menyediakan menu makanan dan minuman, menjaga kebersihan makanan dan minuman yang dijual, menjaga kebersihan sekitar, mengelolal sampah dengan baik dan lain-lain. Dalam kegiatan ini dipilih topik-topik yang sedang trending terkait bidang studi manajemen pemasaran, manajemen keuangan dan perpajakan.

Fenomena persaingan ketat dihadapi oleh pelaku UMKM di berbagai industri termasuk industri makanan dan minuman. Berbagai aktivitas sehari-hari berkaitan erat dengan penggunaan teknologi digital. Banyak sekali penawaran-penawaran barang baik berupa produk maupun jasa yang membanjiri marketplace atau penjualan online. Peran teknologi digital diharapkan dapat membantu efisien dan efektif suatu kegiatan. Penggunaan teknologi digital harus dilakukan secara bijaksana dengan mempertimbangkan berbagai hal. Dalam bidang marketing, bergabung dengan marketplace dapat menambah sarana promosi yang lebih luas kepada target pasar (Swisher, 2013). Dalam bauran pemasaran, promosi merupakan salah satu hal penting yang menjadi focus bagi pemasar untuk menarik pelanggan melakukan tindakan penjualan terhadap produk atau jasa. Promosi diharapkan mampu menarik minat pembelian pelanggan. Selain hal tersebut, pemasar harus menjaga transparansi harga produk, menginformasikan secara jelas kepada calon pembeli.

Fenomena di bidang keuangan adalah maraknya pinjaman online atau pinjol. Pinjol merupakan layanan digital di bidang keuangan yang menawarkan kemudahan dalam pengajuan pinjaman dengan persyaratan yang tidak rumit (Shi et al., 2019). Hal ini dimaksudkan untuk membantu peminjam mendapatkan dana segar yang cepat dan mudah yang harus dihitung dengan cermat. Namun, faktanya, banyak pinjol yang bermasalah yang berakibat negative bagi para peminjam yang terlambat membayar angsuran. Kemungkinan besar hal ini terjadi karena minimnya pengetahuan literasi keuangan sehingga peminjam tidak memperhitungkan dengan matang. Literasi keuangan merupakan pengetahuan penting yang seharusnya dipahami untuk berpikir logis dengan mengukur kemampuan keuangannya (Pan & Zhou, 2019). Pemahaman literasi keuangan berkontribusi dalam proses pengambilan keputusan yang matang di bidang keuangan (Widjanarko et al., 2022).

Selanjutnya, fenomena di bidang pajak, masih banyak Masyarakat yang masih takut jika berhubungan dengan perpajakan. Perlunya pengetahuan perpajakan untuk membangun kesadaran warga negara yang patuh terhadap aturan yang berlaku. Dengan fenomena yang ada saat ini, maka kegiatan PKM menjadi tanggung jawab civitas akademi untuk berkontribusi secara nyata terhadap Masyarakat sekitar. PKM yang dilakukan oleh Hendrawan dkk (2024) dapat mengimplemantasikan ilmu pengetahuan yang membantu Masyarakat atau institusi dalam kegiatannya menjadi lebih efektif dan menjadi lebih baik.

Kegiatan PKM ini melakukan sosialisasi dalam bentuk edukasi kepada para pelaku UMKM di lingkungan Taman Satwa KBS dengan tujuan sebagai berikut:

1. Di bidang manajemen pemasaran
 - a. Pelaku UMKM dapat menggunakan sisi positif yaitu keunggulan teknologi digital dengan bergabung pada marketplace untuk meningkatkan omzet penjualan.
 - b. Memberikan pemahaman keterbukaan harga kepada para pembeli sebagai bentuk pelayanan dan tanggung jawab pelaku UMKM
2. Di bidang manajemen keuangan
 - a. Pelaku UMKM dapat menggunakan teknologi digital dengan bijaksana dan mengedepankan prinsip kehati-hatian ketika memilih layanan digital keuangan.
 - b. Pelaku UMKM secara cermat dapat berhitung antara pendapatan dan pengeluaran ketika akan berhutang.
3. Di Bidang Perpajakan
 - a. Pelaku UMKM memiliki informasi yang terkini terkait dengan perpajakan
 - b. Pelaku UMKM bisa melakukan pemadanan NPWP dengan NIK secara mandiri.

METODE

Pelaksanaan PKM diadakan pada tanggal 16 Januari 2024. Pada kesempatan ini Universitas 45 Surabaya bekerja sama dengan Departemen Marketing Taman Satwa KBS Surabaya. Kegiatan yang dilakukan berupa edukasi pendidikan Masyarakat terkait dengan manajemen pemasaran, manajemen

keuangan dan perpajakan. Metode yang dipergunakan adalah ceramah dengan diskusi dan tanya jawab. Pemateri adalah dosen dari Fakultas Ekonomi dan sejumlah mahasiswa yang terlibat. Alat bantu yang dipergunakan adalah ruang pertemuan, LCD, dan lain-lain

HASIL DAN PEMBAHASAN

Edukasi Manajemen Pemasaran

Pada sesi yang pertama, dilakukan edukasi terkait manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran merupakan hal yang harus diperhatikan oleh pelaku UMKM untuk terus meningkatkan kualitasnya baik dari kualitas produk maupun kualitas pelayanan. Pengunjung Taman Satwa KBS adalah Masyarakat yang datang dengan tujuan untuk berekreasi sembari belajar tentang satwa. Mayoritas pengunjung adalah grup sekolah atau grup Masyarakat, rombongan keluarga dan tak jarang perorangan. Rata-rata kunjungan pada hari normal berkisar 15 ribu sampai dengan 18 ribu, sedangkan pada weekend bisa mencapai 21 ribu sampai dengan 23 ribu. Jika pada hari-hari libur nasional, bisa lebih dari angka tersebut. Pengunjung terdiri dari wisatawan domestic maupun wisatawan luar negeri. Jumlah wisatawan yang banyak tentu mendatangkan berkah bagi pelaku UMKM tenant minuman dan makanan untuk meraup keuntungan. Wisatawan ketika berekreasi tentu memiliki kebutuhan minum dan makan, dan wisatawan membeli di tenant-tenant UMKM tersebut.

Selain memperhatikan kebersihan hidangan minum dan makan, tenant-tenant tersebut harus memasang harga menu agar terjadi transparansi dan bisa menjadi bahan pertimbangan pengunjung ketika akan membeli makanan. Mengingat, ada beberapa kejadian ditempat wisata lain yang membuat kecewa wisatawan dimana ketika mereka memesan minum dan makan tidak ada harga dalam daftar menu, dan ketika membayar mereka kecewa karena harga makanannya dirasa terlalu mahal. Pada sesi ini, poin penting edukasi adalah salah satu upaya pelayanan kepada pengunjung berupa transparansi harga. Harga merupakan salah satu bauran pemasaran yang menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen untuk memutuskan niat pembelian. Dengan adanya daftar harga, pengunjung tidak perlu khawatir dan cemas terkait minuman dan makanan yang dipesan dan mereka akan menyesuaikan dengan anggaran yang ada.

Hal berikutnya yang disampaikan adalah para pelaku UMKM diharapkan mampu melakukan adaptasi dengan perkembangan teknologi saat ini. Pelaku UMKM harus mengupayakan untuk belajar melakukan penjualan online untuk dapat meningkatkan omzet penjualan namun harus memprioritaskan penjualan yang ada di lingkungan taman satwa KBS. Penjualan online yang diharapkan adalah penjualan online melalui market place seperti Shopee Food, Tokopedia, Go Food dan sebagainya. Hal ini untuk menjaga kenyamanan pembeli agar mendapatkan pelayanan yang baik. Beberapa tenant juga menyampaikan, bahwa seringkali mendapat pesanan di luar lingkungan KBS namun masih belum mengetahui apakah diijinkan atau tidak. Oleh Pihak Marketing Taman Satwa KBS hal ini akan ditindak lanjuti untuk memfasilitasi hal tersebut secara aturan maupun secara teknis.

Edukasi Manajemen Keuangan Terkait Pinjol

Pada sesi yang kedua, dilakukan edukasi manajemen keuangan terkait pinjaman online (pinjol). Pinjol menjadi hal yang semakin hari semakin marak. Hal ini menggambarkan bahwa pinjol merupakan pasar yang menggiurkan bagi para pelaku usaha ini sehingga semakin banyak pinjol ilegal yang turut bermain. Pinjol merupakan salah satu bentuk layanan jasa keuangan berbasis teknologi yang menawarkan pinjaman secara online dengan persyaratan yang mudah dan tidak ribet. Kemudahan ini ternyata membuat Masyarakat memanfaatkan tanpa mempertimbangkan resiko keuangan yang akan terjadi. Banyak pemberitaan di media masa terkait hal-hal yang tidak menyenangkan yang diterima peminjam jika tidak bisa membayar tagihan tersebut, bahkan sampai ada yang mengalami depresi dan akhirnya memilih jalan pintas untuk bunuh diri. Hal ini membawa keprihatinan yang dalam sehingga Masyarakat harus memiliki pengetahuan literasi keuangan.

Dalam hal ini poin penting yang disampaikan adalah hutang merupakan kewajiban yang harus dibayar. Pelaku UMKM harus memperhitungkan dengan cermat, berapa pendapatan yang diperoleh serta pengeluaran untuk kebutuhan hidup sehari-hari. Maksimal angsuran sebesar 30% dari penghasilan. Pinjol pada dasarnya hadir untuk melayani Masyarakat untuk mendapatkan dana segar dengan mudah dengan persyaratan yang mudah dan cepat. Namun, hal tersebut harus diperhitungkan dengan hati-hati mengingat bunga yang dikenakan merupakan bunga harian yang besar 0.3% per hari.

Edukasi Perpajakan

Pada sesi yang terakhir ini, pelaku UMKM mendapatkan edukasi terkait perpajakan. Pajak merupakan salah satu sumber pendapatan negara yang dipergunakan untuk memperkokoh Pembangunan sarana dan prasarana yang ada di Indonesia. Sebagai warga negara yang baik, sudah

seharusnya patuh terhadap aturan perpajakan yang ditetapkan. Pada pasal 57 peraturan pemerintah nomor 55 tahun 2022, wajib pajak dengan peredaran bruto dikenai pajak penghasilan final. Untuk pelaku UMKM dengan penghasilan peredaran bruto maksimal Rp. 4.800.000.0000 dalam satu tahun pajak dikenakan pajak penghasilan final 0.5%. Sedangkan jika UMKM merupakan wajib pajak orang dengan penghasilan peredaran bruto sampai dengan Rp. 500.000.000 dalam satu tahun pribadi maka tidak dikenai pajak penghasilan.

Pada sesi ini disampaikan pula langkah-langkah pemadanan NIK menjadi NPWP sesuai dengan program yang saat ini sedang dilakukan oleh pemerintah. Diharapkan dengan pengetahuan perpajakan, pelaku UMKM memiliki edukasi yang baik terkait dengan perpajakan.

Upaya Tindak Lanjut

Dalam melakukan kegiatan PKM diperlukan program-program tindak lanjut di masa yang akan datang. Upaya tindak lanjut merupakan bagian penting untuk memastikan tujuan edukasi terserap oleh pelaku UMKM. Dengan terserapnya edukasi tersebut, diharapkan adanya perubahan perilaku kearah yang lebih baik dan mampu. Untuk pemberdayaan pelaku UMKM di bidang manajemen pemasaran, diharapkan secara aktif dilakukan pembinaan antara pemerintah dengan pengelola Taman Satwa KBS, diantaranya sebagai berikut:

1. Pengelola Taman Satwa KBS harus melakukan pengawasan secara berkelanjutan agar kondisi keterbukaan harga yang telah dilakukan oleh pelaku UMKM secara konsisten dijalankan
2. Memberikan pelatihan untuk penggunaan aplikasi online agar pelaku UMKM dapat bergabung pada platform market place yang ada. Melalui penjualan online pada marketplace, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan omzetnya. Pelatihan ini bisa berbentuk workshop dengan capaian output sesuai dengan tujuan pelatihan.

Untuk pemberdayaan pelaku UMKM di bidang manajemen keuangan, diharapkan secara aktif dilakukan pembinaan antara pemerintah dengan pengelola Taman Satwa KBS, diantaranya sebagai berikut:

1. Pelaku UMKM diharapkan mampu untuk membuat laporan keuangan sederhana sehingga dapat diketahui pendapatan, biaya dan laba yang diperoleh.
2. Masyarakat khususnya pelaku UMKMharus diberdayakan untuk melek literasi keuangan sebagai bekal pengetahuan memutuskan tindakan keuangan secara logis dan rasional.
3. Melakukan studi banding ke koperasi-koperasi yang berhasil mengelola organisasinya dan mampu memberikan manfaat kepada anggotanya.

Sementara di Bidang Perpajakan, Pemerintah diharapkan dapat secara berkelanjutan memberikan pengetahuan perpajakan bekerja sama dengan institusi perguruan tinggi maupun dengan dinas pajak setempat.



Gambar 1. Edukasi Manajemen Pemasaran dan Manajemen Keuangan dan



Gambar 2. Edukasi Perpajakan



Gambar 3. Pelaku UMKM di Taman Satwa KBS Surabaya



Gambar 4. Pihak Pengelola Taman Satwa KBS Surabaya, Dosen serta Mahasiswa Universitas 45 Surabaya

SIMPULAN

Pengabdian mempertimbangkan fenomena saat ini sebagai sesuatu yang sifatnya urgent mengingat pengetahuan merupakan proposisi faktual yang pada dasarnya mengacu pada fakta berdasarkan wawasan obyektif. Edukasi terhadap pelaku UMKM bertujuan memberikan informasi yang terkini yang bisa dijadikan referensi untuk mengambil keputusan dan tindakan penting secara hati-hati dan bijaksana. Dengan edukasi ini diharapkan pelaku UMKM dapat mengambil peluang dalam perkembangan dunia bisnis saat ini di bidang pemasaran dan meminimalkan resiko dalam mengambil keputusan terkait pengelolaan keuangan serta pengetahuan tentang perpajakan.

SARAN

Kegiatan PKM ini mendapat perhatian yang antusias dari pelaku UMKM, hal ini mengindikasikan edukasi ini menarik dan perlu komitmen dari semua pihak untuk ditindak lanjuti. Kegiatan PKM yang akan datang bisa melibatkan berbagai departemen yang ada di organisasi terkait.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Taman Satwa KBS Surabaya, pelaku UMKM di lingkungan Taman Satwa KBS serta Universitas 45 Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2019). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, X(X), 120–142.
- Hendrawan, M., Yunianto, D. R., & Khairy, M. (2024). Implementasi Sistem Informasi Pengumuman Madrasah. *Community Development Journal*, 5(1), 988–992.
- Pan, S., & Zhou, S. (2019). WITHDRAWN: Evaluation research of credit risk on P2P lending based on random forest and visual graph model. *Journal of Visual Communication and Image Representation*, 102680. <https://doi.org/10.1016/j.jvcir.2019.102680>
- Rinaldi, F., Maarif, S., Thamrin, S., & Supriyadi, A. A. (2022). Role of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Supporting National Defense from Economic Perspective. *Journal of Positive School Psychology*, 2022(5), 8914–8920. <http://journalppw.com>
- Shi, X., Wu, J., & Hollingsworth, J. (2019). How does P2P lending platform reputation affect lenders' decision in China? *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1566–1589. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2018-0309>

- Swisher, V. (2013). Learning agility: The “X” factor in identifying and developing future leaders. *Industrial and Commercial Training*, 45(3), 139–142. <https://doi.org/10.1108/00197851311320540>
- Wardani, S. I., & Rachmawati, I. (2022). The Role of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) In Promoting SDGs in Blitar. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5).
- Widjanarko, W., Wahyu Hidayat, W., Teguh Prasetyo, E., Eprianto, I., & Bhayangkara Jakarta Raya, U. (2022). The Effect of Financial Literacy on the Financial Management of MSMEs in Jatinangor District, Sumedang Regency. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3359–3364.