

## Strategi Pemasaran, Skema Laporan Keuangan, dan Perlakuan Pajak bagi UMKM Rumah Bakso di Tangerang Selatan

Melsanda Damayanti<sup>1\*</sup>, Wardokhi<sup>2</sup>, Husnul Khotimah<sup>3</sup>

<sup>123</sup> Department of Accounting, Pamulang University

Email:<sup>1</sup>dosen02165@unpam.ac.id

Article History: Received on 15 Juni 2025, Revised on 25 Juni 2025, Published on 14 Juli 2025

### ABSTRACT

*This Community Service Program (PKM) aims to enhance the capacity of MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) actors, particularly Rumah Bakso in Pamulang Barat, in terms of marketing strategy, financial reporting in accordance with SAK EMKM, and tax compliance based on Government Regulation No. 23 of 2018. The program activities involved socialization, interactive discussions, and technical mentoring. Results showed significant improvements in participants' understanding of innovative marketing strategies (e.g., food trucks), the importance of financial record-keeping, and the calculation and reporting mechanisms of Final Income Tax. This initiative is expected to support business sustainability and tax compliance among MSMEs.*

*Keyword : MSME, marketing strategy, financial reporting, Final Income Tax, community service*

### ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, khususnya Rumah Bakso di Pamulang Barat, dalam hal strategi pemasaran, pencatatan laporan keuangan sesuai SAK EMKM, serta pemahaman dan kepatuhan perpajakan sesuai PP No. 23 Tahun 2018. Metode pelaksanaan kegiatan mencakup sosialisasi, diskusi interaktif, dan pendampingan teknis. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap strategi pemasaran inovatif (misalnya food truck), pentingnya pencatatan keuangan, serta mekanisme penghitungan dan pelaporan PPh Final. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan keberlanjutan usaha dan kepatuhan fiskal pelaku UMKM.

Kata Kunci: UMKM, strategi pemasaran, laporan keuangan, PPh Final, pengabdian masyarakat.

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai 60,3% dan mampu menyerap hingga 97% dari total tenaga kerja nasional. UMKM juga dinilai lebih tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi, seperti saat pandemi COVID-19, karena fleksibilitas dan kedekatannya dengan komunitas lokal. Namun demikian, tantangan utama yang dihadapi UMKM terletak pada aspek manajerial, terutama dalam pengelolaan keuangan, inovasi pemasaran, serta kepatuhan terhadap peraturan perpajakan yang berlaku.

Rumah Bakso, sebagai mitra kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini, merupakan representasi dari UMKM tradisional yang belum optimal dalam aspek-aspek tersebut. Dalam operasionalnya, usaha ini masih mengandalkan pencatatan manual, tidak memiliki laporan keuangan

yang terdokumentasi, dan belum memanfaatkan potensi digital marketing untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, pemilik usaha belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai kewajiban perpajakan, khususnya terkait PPh Final yang dikenakan kepada pelaku UMKM berdasarkan ketentuan PP No. 23 Tahun 2018. Kondisi ini tentu menghambat potensi pertumbuhan dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang

Berangkat dari permasalahan tersebut, kegiatan PKM ini disusun dengan pendekatan edukatif dan praktis, melibatkan mahasiswa sebagai agen perubahan untuk memberikan edukasi langsung kepada pelaku UMKM. Materi kegiatan meliputi pelatihan penyusunan laporan keuangan berbasis SAK EMKM, strategi pemasaran kreatif melalui konsep food truck dan digital marketing, serta simulasi perhitungan dan pelaporan pajak UMKM secara sederhana. Diharapkan melalui kegiatan ini, pelaku UMKM tidak hanya memiliki keterampilan teknis tetapi juga meningkatkan kesadaran akan pentingnya tata kelola usaha yang baik dan kepatuhan fiskal sebagai wujud kontribusi terhadap negara.

## **LANDASAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN PKM**

### **Strategi Pemasaran UMKM**

Strategi pemasaran merupakan bagian penting dalam pengembangan bisnis, terutama bagi UMKM yang berada dalam pasar yang sangat kompetitif. Menurut Kotler dan Keller (2016), strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan bisnis, termasuk menetapkan pasar sasaran, menetapkan nilai yang ditawarkan, dan mengembangkan rencana untuk mencapai keunggulan kompetitif. Bagi UMKM, kemampuan untuk merancang strategi pemasaran yang efektif sangat dipengaruhi oleh keterbatasan sumber daya, sehingga memerlukan pendekatan yang kreatif dan efisien.

Dalam konteks UMKM saat ini, strategi pemasaran harus berbasis inovasi dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Fitriani & Pranoto (2022) menekankan pentingnya pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk membangun brand awareness dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Temuan serupa juga disampaikan oleh Pertiwi dan Wibowo (2021), yang menemukan bahwa UMKM yang aktif di media sosial menunjukkan pertumbuhan penjualan 25% lebih tinggi dibanding yang tidak. Selain itu, konsep food truck sebagai strategi pemasaran mobile juga terbukti efektif dalam menarik pelanggan dari berbagai segmen (Sari & Mulyana, 2020).

### **Laporan Keuangan UMKM**

Laporan keuangan merupakan alat penting dalam pengambilan keputusan usaha. Untuk UMKM, pencatatan keuangan yang terstruktur sangat membantu pemilik usaha dalam memahami kondisi usahanya secara menyeluruh. SAK EMKM (Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah) yang disusun oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI, 2018) mengatur bahwa laporan keuangan minimal terdiri dari laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, dan catatan atas laporan keuangan. Ketiga laporan ini memberikan gambaran menyeluruh atas posisi keuangan, kinerja usaha, dan informasi tambahan yang relevan.

Penelitian oleh Damayanti dan Nugroho (2022) menunjukkan bahwa hanya 38% UMKM di wilayah Jabodetabek yang memiliki laporan keuangan tertulis. Hal ini menunjukkan rendahnya literasi akuntansi di kalangan UMKM yang berimplikasi pada kurangnya transparansi dan sulitnya mengakses pendanaan formal. Oleh karena itu, pendampingan dalam bentuk pelatihan penyusunan laporan keuangan sangat diperlukan untuk meningkatkan kelayakan usaha di mata investor maupun lembaga keuangan.

### **Perpajakan UMKM**

Dalam kerangka regulasi nasional, UMKM diberikan kemudahan melalui penerapan pajak penghasilan (PPh) final sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 2018. Ketentuan ini menyatakan bahwa UMKM dengan omzet bruto tidak melebihi Rp4,8 miliar per tahun dikenakan tarif PPh Final sebesar 0,5%. Skema ini dimaksudkan untuk mendorong kepatuhan pajak dengan memberikan tarif yang ringan dan mekanisme pelaporan yang sederhana (Dirjen Pajak, 2023)

Studi oleh Indriani dan Cahyani (2021) menunjukkan bahwa 61% pelaku UMKM di Jawa Barat belum memahami ketentuan PPh Final, dan mayoritas tidak menyadari kewajiban menyetorkan pajak secara berkala. Oleh karena itu, peningkatan literasi pajak dan bimbingan dalam pelaporan pajak menjadi sangat penting dalam rangka mendukung kepatuhan fiskal serta mencegah potensi sanksi administratif yang dapat memberatkan pelaku usaha.

## Kerangka Berpikir

UMKM memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi berbagai tantangan internal dalam pengelolaan usaha. Berdasarkan observasi awal, Rumah Bakso sebagai mitra UMKM menunjukkan beberapa permasalahan utama, yaitu:

1. Belum adanya strategi pemasaran yang inovatif.
2. Tidak memiliki laporan keuangan yang tertib dan sesuai standar.
3. Rendahnya pemahaman tentang kewajiban perpajakan, khususnya terkait PPh Final UMKM.

Berdasarkan teori pemasaran oleh Kotler & Keller (2016), usaha kecil perlu menerapkan strategi yang adaptif, misalnya melalui pendekatan berbasis digital atau model usaha mobile seperti food truck (Fitriani & Pranoto, 2022). Dalam aspek akuntansi, SAK EMKM menegaskan pentingnya pencatatan keuangan minimal bagi UMKM agar keberlanjutan dan akuntabilitas usaha dapat ditingkatkan (IAI, 2018). Sementara itu, PP No. 23 Tahun 2018 memberi kemudahan perpajakan bagi UMKM, namun masih belum dipahami secara luas (Indriani & Cahyani, 2021).

Dengan merujuk pada landasan teoritis tersebut, kegiatan PKM dirancang untuk memberikan edukasi strategi pemasaran berbasis digital dan mobile, pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana sesuai SAK EMKM, sosialisasi dan simulasi perhitungan pajak UMKM berbasis omzet. Diharapkan setelah pelaksanaan kegiatan, Rumah Bakso mampu merancang strategi pemasaran kreatif dan meningkatkan daya saing, menyusun laporan keuangan yang sederhana namun informatif, memahami dan melaksanakan kewajiban perpajakan secara mandiri.

Secara skematis, kerangka berpikir dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

## METODE PELAKSANAAN PKM

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan partisipatif edukatif, yang berfokus pada pemberdayaan mitra UMKM melalui interaksi langsung dan berbasis kebutuhan lapangan. Kegiatan dilaksanakan pada 25 November 2023 di Rumah Bakso, Jl. Surya Kencana No.4, Pamulang Barat, Tangerang Selatan.



**Gambar 2 Diskusi dengan Pelaku Usaha**



**Gambar 3 Photo Bersama anggota PKM dengan UMKM**

Sumber: Dokumentasi PKM

#### Tahapan Kegiatan

- Identifikasi Masalah: Observasi awal dan wawancara dengan pemilik Rumah Bakso untuk mengetahui kondisi aktual terkait pemasaran, pencatatan keuangan, dan kepatuhan pajak.
- Perencanaan Materi: Penyusunan modul edukatif mencakup strategi pemasaran, penyusunan laporan keuangan, dan perpajakan UMKM.
- Pelaksanaan Kegiatan:
  - Sosialisasi dan Penyuluhan: Pemaparan materi menggunakan media presentasi interaktif.
  - Diskusi dan Tanya Jawab: Menggali pemahaman peserta dan mengidentifikasi praktik yang bisa diterapkan langsung.
  - Simulasi dan Pendampingan Teknis: Praktik penyusunan laporan keuangan sederhana dan

simulasi perhitungan PPh Final.

- 4) Evaluasi dan Tindak Lanjut: Evaluasi dilakukan dengan membandingkan tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah kegiatan, serta memberikan saran berkelanjutan untuk implementasi.

### Subjek Kegiatan

Kegiatan ini melibatkan 27 peserta yang terdiri dari pemilik Rumah Bakso, karyawan, dan mahasiswa Universitas Pamulang. Peserta dipilih karena memiliki peran langsung dalam operasional UMKM dan potensial menjadi penggerak perubahan.

### Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan mencakup:

- a. Observasi Lapangan: Melihat secara langsung sistem usaha yang berjalan.
- b. Wawancara Terstruktur: Menggali informasi dari pemilik dan karyawan.
- c. Pre-test dan Post-test: Mengukur pemahaman peserta terhadap materi sebelum dan setelah kegiatan.

## HASIL PKM DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta yang signifikan pada tiga aspek utama, yaitu strategi pemasaran, penyusunan laporan keuangan, dan perpajakan. Kegiatan ini diukur melalui pre-test dan post-test yang diberikan kepada peserta, serta observasi selama sesi diskusi dan praktik. Tabel berikut merangkum hasil evaluasi tersebut:

**Tabel 1. Hasil Evaluasi Pemahaman Sebelum dan Sesudah Kegiatan**

Aspek Pemahaman	Sebelum %	Sesudah %
Strategi Pemasaran	30%	85%
Laporan Keuangan	20%	80%
Perpajakan PPh Final	25%	90%

Sumber: Data primer hasil pelatihan, 2023

### Strategi Pemasaran

Sebelum kegiatan, sebagian besar peserta belum memahami konsep strategi pemasaran yang berbasis inovasi, terutama dalam konteks digital dan mobilitas. Setelah dilakukan pelatihan, peserta mampu merumuskan strategi baru yang lebih kreatif, salah satunya adalah penerapan konsep *food truck*. Pendekatan ini dinilai lebih fleksibel dan efektif dalam menjangkau konsumen, terutama di lokasi strategis seperti area kampus dan car free day. Ide ini muncul dari diskusi kelompok dan ditanggapi positif oleh pemilik Rumah Bakso sebagai peluang pengembangan usaha yang adaptif.

Lebih lanjut, peserta juga dikenalkan dengan cara membuat konten pemasaran di media sosial, menyusun promosi berbasis platform digital, dan strategi menjaga loyalitas pelanggan. Penerapan strategi pemasaran digital ini dinilai sangat penting karena mampu menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan relevan dengan perilaku konsumen masa kini.

### Laporan Keuangan

Kegiatan ini juga berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya laporan keuangan. Sebelum pelatihan, pelaku UMKM tidak melakukan pencatatan keuangan yang memadai, dan hanya mengandalkan estimasi kas harian. Setelah kegiatan, peserta dibimbing untuk menyusun laporan keuangan sederhana yang terdiri dari laporan laba rugi, neraca, dan catatan atas laporan keuangan sesuai SAK EMKM.

Salah satu capaian penting adalah peserta berhasil memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta mulai mencatat pengeluaran dan pemasukan harian. Hal ini menjadi langkah awal penting untuk meningkatkan profesionalitas usaha dan memudahkan pelaku usaha dalam membuat keputusan bisnis yang berbasis data.

### Perpajakan UMKM

Dalam aspek perpajakan, kegiatan berhasil memberikan pemahaman baru mengenai kewajiban pajak UMKM. Peserta dikenalkan pada konsep PPh Final UMKM berdasarkan PP No. 23 Tahun 2018 dan cara menghitung tarif sebesar 0,5% dari omzet bulanan. Selain itu, peserta juga

dibimbing untuk memahami prosedur penyetoran pajak melalui e-billing dan pelaporan melalui e-filing.

Hasil diskusi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum memiliki NPWP dan belum pernah menyetorkan pajak secara mandiri. Dengan adanya pendampingan ini, peserta mulai menyadari pentingnya kepatuhan pajak sebagai bentuk tanggung jawab warga negara dan kontribusi terhadap pembangunan.

### Dampak Kegiatan

Secara umum, kegiatan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan kapasitas dan kesadaran pelaku UMKM terhadap aspek penting dalam manajemen usaha. Selain pemahaman teoritis, peserta juga memperoleh pengalaman praktik yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Rumah Bakso Pamulang Barat berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam tiga aspek penting, yaitu strategi pemasaran, pencatatan laporan keuangan sesuai SAK EMKM, dan kewajiban perpajakan berdasarkan PP No. 23 Tahun 2018. Setelah pelatihan, peserta mampu merancang strategi pemasaran kreatif seperti *food truck* dan promosi digital, menyusun laporan keuangan sederhana, serta memahami prosedur pelaporan dan pembayaran PPh Final.

Untuk itu, disarankan agar pelaku usaha terus menerapkan ilmu yang telah diperoleh secara konsisten, khususnya dalam pencatatan keuangan dan kepatuhan pajak. Institusi pendidikan dan pemerintah daerah diharapkan terus bersinergi dalam memberikan pendampingan berkelanjutan guna mendorong keberlanjutan dan kemandirian UMKM.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Hartono, A. (2019). Peran pelatihan pajak dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(2), 123–135. <https://doi.org/10.18202/jamp.v10i2.123>
- Mardiasmo. (2021). Perpajakan: Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Pratama, M., & Indrayani, L. (2020). Analisis hambatan implementasi *e-filing* pada UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 45–59. <https://doi.org/10.32424/jeb.v8i1.456>
- Sujana, E. (2018). Literasi pajak dan kepatuhan UMKM. *Jurnal Administrasi Fiskal*, 6(3), 88–97.
- Wardokhi, W., Ruhiyat, E., & Suripto, S. (2023). Penerapan konsep *Pentuple Bottom Line* pada UMKM di Kota Tangerang Selatan dalam mewujudkan keberlanjutan usaha. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Indonesia (JABISI)*, 4(2), 105–117. <https://ejournal.ibi-k57.ac.id/index.php/jabisi/article/view/1009>