PENYULUHAN DAN PELATIHAN MENGENAI PEMASARAN KHUSUSNYA PROMOSI MELALUI DIGITAL MEDIA DAN PENGENALAN PAJAK BAGI PELAKU UMKM

Sisca Damayanti [1)], Lucy Warsindah [2)], Wahyuni Lestari [3)], Destris S [4)], Nur Hidayatullah [5)]

[1, 4, 5)]Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti

[2)]Prodi Doktoral Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti

[3)]Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti

Corresponding Author : lucy.warsindah@trisakti.ac.id

Diterima: Juni 2022	*Revisi: Juli 2022*	*Disetujui: Juli 2022*	*Terbit: Desember 2022*

ABSTRAK

Dampak ekonomi yang ditimbulkan dengan adanya Pandemi yang berkepanjangan di seluruh dunia termasuk Indonesia, tidak menyurutkan kreatifitas para Ibu Rumah Tangga untuk mencoba peruntungannya dengan memproduksi kuliner dan aneka kue-kue kecil (cemilan). Walau dengan keterbatasan yang ada, terutama dalam hal promosi melalui media sosial atau digitalisasi dan juga ketidakpahaman mengenai pajak bagi pelaku UMKM. Program PKM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Trisakti akan melakukan penyuluhan, pelatihan dan pemberian contoh memgenai Pemasaran khususnya promosi digital yang baik, inovasi kue-kue dan makanan kecil serta pengenalan pajak bagi pelaku UMKM agar kelak menjadi sebuah UMKM yang lebih baik dan dapat mengikuti kondisi kekinian baik dari segi menu yang ditawarkan, sampai dengan pemasaran dengan konsep digital melalui media sosial

Kata Kunci*: UMKM, Kuliner, Pajak, Promosi Digital*

I. PENDAHULUAN

Pandemi yang berkepanjangan diseluruh dunia termaksud Indonesia memberikan dampak buruk bagi perekonomian, Banyak sektor ekonomi yang mengalami mati suri, padahal kehidupan tetap terus berjalan. Usaha pemerintah memberikan bantuan sosial tidak membuat kehidupan rumah tangga masyarakat Indonesia menjadi jauh lebih baik, sehingga para pelaku ekonomi termasuk Ibu Rumah Tangga harus dapat memutar akal agar ekonomi rumah tangganya tetap berjalan. Bagi para Ibu Rumah Tangga yang memiliki potensi dan keahlian dalam mengembangkan diri akan mencoba membuka usaha kecil-kecilan yang bergerak dibidang kuliner baik kue-kue

kecil maupun cemilan, sehingga akan menciptakan UMKM baru di tengah pandemi. Akan tetapi para pelaku UMKM yang berasal dari ibu rumah tangga yang kreatif tersebut masih terbentur mengenai pengetahuan tentang pemasaran melalui digital yang dimasa ini sangat popular, begitu juga dengan pemahaman akan pajak bagi pelaku UMKM.

UMKM diwilayah Kunciran Tangerang yang terdiri ibu–ibu yang membuka bisnis kuriner. Bagi para pelaku usaha mikro disana, mereka memiliki masalah teknis yang terkait dengan pengetahuan tentang pemasaran terutama cara pemasaran melalui sosial media dan media on line lainnya serta belum memahami pengenai perpajakkan bagi UMKM dan ketidak pahaman dalam melakukan pembayaran pajak UMKM secara online atau melalui digital.

Oleh karena itu, perlu memberikan pemahaman tentang penyuluhan dan pelatihan serta memberikan contoh untuk meningkatkan pengetahuan ibu rumah tangga untuk menjadi seorang wirausaha kuliner yang paham mengani pemasaran khususnya promosi dan penjualan secara online serta paham akan perpajakkan. Pelaku usaha yang tergabung dalam UMKM diwilayah Kunciran Tangerang menyadari akan kebutuhan pelatihan/penyuluhan tersebut, dan meminta bantuan kepada dosen di FEB Usakti untuk dapat memberikan penyuluhan dan pelatihan mengenai pemasaran khususnya melakukan penjualan dan promosi dengan mengunakan media sosial/ media online yang lain serta memahami mengenai perpajakkan untuk UMKM .

1.1 Pendekatan Pemecahan Masalah

Berdasarkan kondisi tersebut diatas, perlu memberikan pemahaman tentang penyuluhan dan pelatihan untuk pemasaran khususnya melakukan penjualan dan promosi dengan mengunakan media sosial/media online yang lain serta memahami mengenai perpajakkan untuk UMKM, agar usaha UMKM bertambah besar dan maju kedepannya.

Penyuluhan dan pelatihan ini diharapkan dapat memberikan motivasi diri dari masyarakat setempat untuk dapat memasarkan produk mereka yang hasilkan dengan baik dan juga memahami tentang pajak khususnya untuk UMKM, sehingga perumusan masalah yang ada: “Bagaimana melakukan pemasaran kususnya penjualan dan promosi melalui media sosial atau media on line lainnya serta memahami bagaimana perpajakkan khusus untuk UMKM.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat diketahui masalah–masalah UMKM dari segi pemasaran dan perpajakkan sebagai berikut:

a. Pengetahuan tentang pemasaran yang masih kurang, mengingat mitra adalah ibu rumah tangga
b. Belum memahami mengenai perpajakan bagi UMKM

c. Ketidakpahaman dalam melakukan pembayaran pajak UMKM secara online atau melalui digital
d. Kurang memahami cara pemasaran melalui sosial media dan media online lain.

Tujuan pengabdian kepada masyarakat adalah:

a. Memberikanpemahaman tentang pemasaran bagi pelaku UMKM
b. Memberikan penyuluhan dan pelatihan mengenai cara pemasaran melalui sosial media dan media online lainnya.
c. Memberikan pemahaman dan penyuluhan serta pelatihan bagaimana melakukan pembayaran pajak secara online atau melalui digital.

1.2 Objek Pengabdian Kepada Masyarakat

Para pelaku UMKM di wilayah Kunciran Tangerang yang umumnya memunyai bisnis di bidang kuliner. Banyak ibu–ibu rumah tangga sekarang dituntut untuk dapat meningkatkan perekonomian keluarga, hal ini disebabkan karena tuntutan kehidupan di masyarakat sekarang ini. Oleh karena itu, dilakukan upaya-upaya untuk melakukan pembinaan terhadap UMKM agar lebih berinovasi dalam menciptakan kreasi makanan dan kue –kue yang lebih kekinian. Untuk membuka jenis bisnis yang akan dipilih harus memperhatikan beberapa hal yaitu berbisnis dibidang yang disukai, cintai bisnis seperti mencintai anak sendiri, jangan cepat menyerah, pilih bisnis yang dapat bertahan lama dan ikut-ikutan.

Salah satu hal terpenting didalam meraih kesuksesan di dalam wirausaha adalah bagaimana menciptakan inovasi–inovasi didalam menghasilkan produk dan melakukan penjualan dengan bantuan teknologi internet.

II. STUDI PUSTAKA

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia (2002), wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengawali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, memasarkannya serta mengatur permodalan operasinya. Sedangkan Zimmerer (2008) menuturkan bahwa kewirausahaan merupakan proses penerapan inovasi dan kreativitas dalam memecahkan permasalahan dan menemukan berbagai macam solusi agar kehidupan bisnis bisa diperbaiki dan berjalan lebih lancar dari sebelumnya. Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan bisnis umumnya dan bidang pemasran khususnya. Oleh karena itu starategi pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan

dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut.

Bisnis dalam keberadaannya sebagai salah satu unit organisai, pada dasarnya didirikan untuk mencapai suatu tujuan. Adapun tujuan yang ingin dicapai setiap bisnis adalah mencapai keuntungan serta menjaga kelangsungan hidupnya. Oleh karena itu setiap wirausaha dituntut untuk dapat menyusun perencanaan pemasaran yang effektif, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan keuntungan. Salah satu unsur terpenting dari pemasaran adalah promosi. Promosi merupakan salah satu senjata yang ampuh bagi bisnis dalammengembangkan dan mempertahankan bisnisnya.

Teknologi informasi dan internet tidak dapat dibendung perkembangannya, wirausaha harus dapat menyesuaikan dengan kondisi ini didalam menjalankan usahanya (Anggiani, 2016), Seorang wirausaha haruslah mempunyai strategi promosi yang teapat agar bisa meningkatkan penjualan dan mendapatkan keuntungan serta dapat mempertahankan bisnisnya. Dengan kemajuan teknologi sekarang ini memudahkan para wiarausaha untuk dapat mempromosikan produknya dan melakukan penjualan dengan memanfaatkan media sosial maupun media internet lainnya.

Salah satu hal terpenting dalam meraih kesuksesan pada wirausaha adalah bagaimana mencari peluang bisnis dan mempunyai inovasi yang kreatif untuk menciptakan produk yang dihasilkan terutama dalam masa pandemi sekarang ini.

III. METODE

Pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan dengan cara kombinasi antara penyuluhan/pelatihan atau ceramah, diskusi, dan tanya jawab. Setelah Tim PKM mempresentasikan materi, maka seluruh peserta diberi waktu untuk bertanya/diskusi masalah-masalah mereka. Proses pembelajaran bagi pelaku usaha agar mau dan mampu menolong dan mengorganisasikan dalam mengakses informasi informasi pasar, teknologi, permodalan dan sumber daya lainnya sebagai upaya untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi usaha, pendapatan dan kesejahteraannya serta meningkatkan kesadaran dalam membayar pajak.

Peserta dari Penyuluhan dan pelatihan adalah Para pelaku bisnis yang bergabung di UMKM diwilayah Kunciran Tangerang.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Materi yang diberikan meliputi pemahaman bagaimana melakukan pemasaran produk khususnya promosi dengan memanfaatkan tehnologie melalui media sosial dan media online lainnya. Serta memberikan pemahaman mengenai kewajiban membayaran pajak, tata cara pelaksanan pembayaran serta bagaimana melakukan pembayaran secara online, dimana materi–materi yang diberikan adalah memberikan pemahaman pentingannya strategi pemasaran melalui media sosial dan media on line lainnya. Agar para pelaku UMKM yang ada diwilayah Kunciran Tangerang dapat menjadi wirausaha yang sukses nantinya dan bisa bertahan didalam melakukan bisnis.

Hasil pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Usakti secara umum merasa puas dan senang dengan adanya penyuluhan dan pelatihan yang diberikan oleh dosen Fakultas Ekonomi Bisnis Usakti dan diharapkan bisa memberikan kelanjutan dari materi yang diberikan dimasa yang akan datang.

V. SIMPULAN

Kegiatan ini sangat bermanfaat karena membuat para peserta penyuluhan/pelatihan lebih memahami bagaimana pentingnya melakukan strategi pemasaran khususnya melakukan penjualan mupun promosi dengan memanfaatkan perkembangan tehnologie yaitu menggunakan media sosial dan media online lainnya serta memahami pentingnya pemahaman mengenai pajak untuk UMKM.

Saran untuk waktu yang akan datang agar dapat memberikan pelatihan tentang strategi pemasaran yang lain serta kepada seluruh anggota pelaku UKM di wilayah Kunciran Tangerang serta bagaimana membuat langkah-langkah strategis yang diperlukan baik internal maupun eksternal, untuk memajukan bisnis mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Anggiani, S., 2018, Kewirausahaan Pola Pikir, Pengetahuan dan Keterampilan (2nd Edition), Prenadamedia Group.

Boone, L. E., Kurtz, D. L., & Berston, S., 2019, Contemporary Business (18th Editions), John Wiley & Sons, Inc.

Daft, R. L., 2012, Management (9th edition), South Western-Cengage Learning.

Hisrich, P., Peters, M. P., & Shepherd, D. A., 2017, “Entrepreneurship” (10th Editions), International Editions, McGraw-Hill.

Ferrell, O. C., Hirt, G. A., & Ferrell, L., 2020, Business Foundations: A Changing World, McGraw-Hill Education,

Robbins, S. P., & Coulter, M. K., 2016, Manajemen (edisi 13), Jakarta, Erlangga.
Zizmmere, W., & Scarborough, M., 2008, Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil (edisi 5), Jakarta, Salemba Empat.